Marzo 2010 - anno XXII n.180

Italia a Tavola



Italia a Tavola

Nel 2009 oltre 57mila copie mensili certificate

Prima testata per diffusione nell'Horeca

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB BERGAMO - Organo ufficiale di ANAG
In caso di mancato recapito inviare al CPO di Bergamo per la restituzione al mittente previo pagamento resi

RISTORAZIONE - BAR - OSPITALITÀ - ENOGASTRONOMIA - TERRITORIO


RISERVA
TEROLDEGO ROTALIANO
RISERVA
MEZZACORONA
MEZZACORONA

Sommario

Per gli approfondimenti consulta www.italiaatavola.net

Questo simbolo alla fine di un articolo indica che sul quotidiano online **www.italiaatavola.net** sono presenti versioni più ampie del testo, oppure approfondimenti e schede collegate. Il codice numerico che lo affianca permette di recuperare la versione web dell'articolo inserendolo nel campo di "**ricerca codice**" nella finestra CERCA

La presenza di questo simbolo alla fine di un articolo indica che di quella notizia esiste anche un **video** di approfondimento sul canale **RistoTv** di **www.italiaatavola.net**

IN COPERTINA



Norda si è mantenuta in crescita anche nel difficile 2009. È il risultato di una strategia imprenditoriale orientata alla qualità e alla propositività, in particolare rivolgendosi alla ristorazione con l'esclusiva "Carta delle acque". Novità 2010 il lancio dell'XTè freddo al limone e alla pesca (*servizio a pagina 24*)

Italia a Tavola

Italia a Tavola (con l'edizione regionale **Lombardia a Tavola**) è una rivista di aggiornamento professionale, cultura enogastronomica e turismo per l'Horeca. Si rivolge ad alberghi, ristoranti, trattorie, pizzerie, bar, cuochi, assaggiatori, barman, sommelier, luoghi di ritrovo, enti, aziende e associazioni del settore, per un totale di oltre 60.000 aziende o professionisti su tutto il territorio nazionale.

Azienda associata A.N.E.S. - Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento C.S.S.T.

Certificazione Stampa Specializzata Tecnica

Per il periodo 1/1/2009 - 31/12/2009: società di Revisione BDO Sala Scelsi Farina
Certificato CSST n. 2009/1958 del 26/2/10
Tiratura media 2009 per numero: 57.357
Diffusione media 2009 per numero: 57.209

Diffusione media 2010: **57.000** COPIE/NUMERO

Stampa: TI.BE.R. Spa, via della Volta,179 - 25124 Brescia - Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88 - Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso in tipografia il 25 febbraio 2010

Additivi, ancora bugie
Nessun aiuto vero per la Ristorazione

«Conosco solo due cucine, quella buona e quella cattiva». Fra i tanti commenti dei cuochi italiani sull'ordinanza-bufala del ministero della Salute per "accontentare" la campagna stampa di "Striscia la notizia" contro gli additivi in cucina, ci piace sintetizzare il pensiero prevalente con le parole di Emanuele Scarello, il dinamico friulano che sta rilanciando alla grande i Jeunes restaurateurs d'Europe (Jre). Nessuna polemica con le ridicole iniziative della sottosegretario Francesca Martini, ma al tempo stesso una dimostrazione di totale disinteresse che la dice lunga su come la ristorazione italiana ha accolto un provvedimento sballato, inconsistente e truffaldino.



Mentre il settore della ristorazione langue, la sottosegretario Martini vara un'ordinanza che genera solo confusione. Intanto il Governo promuove McDonald's

Editoriali recenti su www.italiaatavola.net

- Altro che panini americani La qualità alimentare si promuove a scuola *cod 14202*
- Il Ministro scivola sul panino della discordia *cod 14110*

Una posizione che condividiamo in pieno, anche perché, come abbiamo scritto per primi in Italia quando l'ordinanza è stata, finalmente, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale, è chiaro anche agli incolti che il testo firmato dal ministro Ferruccio Fazio (ma chi glielo ha fatto fare, dopo le figuracce già accumulate con la storia dei vaccini per l'influenza?) non ha alcun valore normativo. Si vieta genericamente l'utilizzo di tutti gli additivi rimandando alle norme già in vigore, aprendo poi la strada al loro impiego purché ne sia comunicato l'uso al cliente. Ma in che forma deve avvenire questa informazione (che si spera sia almeno preventiva, come "Italia a Tavola" richiede da tempo) non è indicato. Né sono fissate le sanzioni per chi non lo fa.

Le stesse stupidaggini - che ci hanno costretto a dare dell'oca alla sottosegretario che si è assunta il merito di questa sciocchezza normativa - sono presenti anche nell'altro intervento forte voluto da Striscia: la messa la bando dell'azoto "per evitare incidenti". A parte il fatto che andrebbe allora vietato di usare in cucina anche friggitrici o impastatrici, l'ordinanza fa un buco nell'acqua anche qui. Fissando il divieto di detenere sostanze gassose, parla di "eccezione degli additivi alimentari" e, guarda caso, l'azoto è proprio uno di questi visto che la Ue lo ha messo fra quelli permessi con il codice E941. Al Ministero non ci si poteva informare un po' meglio?

Se qualche additivo nei fatti è forse pericoloso, il Governo per pura demagogia se ne frega non indicando alcuna sigla davvero "vietata", senza se e senza ma. E non lo può fare perché altrimenti sarebbero coinvolte quasi tutte le industrie alimentari che nelle loro etichette ne indicano un bel po' con le sigle numeriche precedute dalla E. Nessuna attenzione quindi ai rischi per i cittadini-consumatori, ma solo una genuflessione a una testata di Mediaset che ha deciso di giocare una sua partita personale contro la cucina molecolare.

E tutto questo mentre il settore agroalimentare e quello del fuori casa meriterebbero interventi di sostegno e di adeguamento ben più sostanziali. Per non parlare di radicali trasformazioni delle condizioni fiscali per equiparare ristoranti e agriturismi e colpire al contrario con tasse più elevate chi somministra cibi spazzatura. È quasi incredibile che la Romania ci dia lezioni di tutela della salute a tavola colpendo i fast food, mentre da noi il Governo sponsorizza e promuove McDonald's. In questa logica la burla degli additivi non conta davvero nulla.

Alberto Lupini
alberto.lupini@italiaatavola.net

La nostra squadra

Italia a Tavola - con edizione regionale Lombardia a Tavola

www.italiaatavola.net (quotidiano online)

Direttore responsabile: Alberto Lupini - alberto.lupini@italiaatavola.net

Comitato editoriale:
Alberto Lupini, **Lucio Piombi** (*beverage e vino*), **Matteo Scibilia** (*ristorazione e alimenti*)

Redazione: Via Piatti, 51 - 24030 Mozzo (Bg)
Tel 035 460563 - Fax 02 700557702 - redazione@italiaatavola.net

Editorialista: **Roberto Vitali** - *Vicedirettore:* **Marino Fioramonti**
In redazione: **Jenny Maggioni, Riccardo Melillo** (*grafica e impaginazione*), **Greta Nicoletti**, **Elisabetta Passera** (*segreteria*), **Lucio Tordini** ed **Ezio Zigliani** (*iniziative speciali*)

Corrispondenti di zona:
- Piemonte-Liguria-Valle d'Aosta: **Piera Genta** (pieragenta@libero.it - 335 6438533)
- Veneto-Friuli: **Luigi Russolo** (luigi.russolo@marcopologeie.eu - 349 5326000)
- Toscana-Umbria: **Alessandro Maurilli** (a.maurilli@almapress.net)
- Lazio: **Mariella Morosi** (mariellamorosi@hotmail.com)
- Emilia Romagna: **Luigi Franchi** (franchi@andromedaservizi.it - 331 6872138)
- Marche: **Claudio Riolo** (claudioriolo@yahoo.it - 335 8163063)
- Campania: **Vincenzo D'Antonio** (vidanto@gmail.com - 329 9092374)
- Sicilia: **Carlo Ravanello** (carlo1940@gmail.com - 347 2347826)

Hanno collaborato a questo numero:
Erika Adami, Renato Andreolassi, Anna Bossini, Guerrino Di Benedetto, Emanuele Esposito, Bruno Federico, Angelo Gaja, Massimo Giubilesi, Susy Grossi, Carmine Lamorte, Salvatore Longo, Daniela Markovic, Sergio Mei, Rosanna Ojetti, Sergio Pezzotta, Enrico Rota, Lucia Siliprandi, Maddalena Venuso, Cristina Viggè, Alfredo Zini

Edizioni Contatto srl
Via Piatti, 51 - 24030 Mozzo (Bg) Tel 035 615370 - Fax 02 700557702
Amministratore: Mariuccia Passera - segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi, promozione e marketing: **Anna Bonacina** (*direttore commerciale*), **Livia Gerosa** (*segreteria*), **Andrea Lupini** (*iniziative speciali*) e **Laura Miedico**
Tel 035 615370 - Fax 035 5096886 - direzionecommerciale@italiaatavola.net

Advertisers' index:
4 R srl - Ardigò srl - Arkansiel di D'Anna Antonino - Asperia Az. Spec. Cciaa di Alessandria - Azienda agricola Mirabella - Azienda agricola Provenza W. Contato ss - Azienda agricola Travaglino di Vincenzo Comi & C. sas - Camera di commercio I.A.A. di Mantova - Camera di commercio industria artigianato e agricoltura di Brescia - Cantine Fratelli Avanzi snc - Cifa srl - Cissva Commerciale srl - Coltelleria Collini snc - Consorzio tutela Valcalepio - Fabar srl - Forni Ceky srl - Frantoio oleario Giancarlo Giannini - FrieslandCampina Italy srl - Gerardo Cesari Spa - Icam Spa - Il Calepino di F.M. di Plebani Franco e C. snc - IP Spa Industrie del freddo professionale - Italgel Brescia Spa - Mezzacorona sca - Mionetto Spa - Oroargento Group - Orobica Pesca Spa - Poker di Carissimi Rosa & C. snc - RO.S. Spa - Siggi Group Spa - Torrefazione Trismoka

Tariffe per l'abbonamento annuale:
€ 25,00 (privato), € 15,00 (operatore professionale), € 10,00 (insegnante o studente) o € 49,00 (estero). Per sottoscrivere il tuo abbonameno a 10 numeri della rivista visita il sito www.italiaatavola.net e clicca su "abbonamenti", oppure intesta alla Edizioni Contatto srl, via Piatti 51, 24030 Mozzo (Bg) un assegno bancario, un vaglia postale o un bollettino di conto corrente postale n°49038870

IL COMMENTO di Roberto Vitali

Riflessioni sul **Bocuse** che arriva a Bergamo



Niente da dire sulla validità dell'iniziativa che a Bergamo porterà, il 15 e 16 marzo, i più bei nomi della ristorazione italiana, una parte in gara per qualificarsi nella selezione italiana del concorso "Bocuse d'or" di Lione, una parte a comporre la giuria. Sarà un summit importante per la ristorazione italiana di qualità, che potrà anche aggiornarsi sulle novità del settore nei padiglioni di Fiera Bergamo, visitando gli stand di Cooking Expo. Dispiace solo che l'iniziativa sia franco-dipendente, legata cioè a una manifestazione francese che a Lione cercano di sostenere a oltranza e dove la cucina italiana non si è mai affermata, non certo perché i nostri chef siano meno capaci di quelli francesi o norvegesi (che hanno vinto tre edizioni), ma perché sono contrapposte due scuole di pensiero. La gastronomia tricolore sta piacendo sempre più nel mondo, visto che ogni grande albergo internazionale ha all'interno un ristorante italiano. Anni fa c'era solo quello francese. Stesso discorso per i nostri vini, che nel mondo contrastano sempre più la dittatura francese. Ben venga, quindi, questo tentativo di portare un cuoco italiano vincitore a Lione, ma non ci si nasconda che tutta l'operazione serve ai nostri cugini d'Oltralpe, che ci battono dieci a uno per organizzazione, unità d'intenti, capacità di affermare i loro prodotti e il loro modo di intendere l'alta cucina. Dispiace ammetterlo ma è così, perciò auspichiamo - e "Italia a Tavola" lo fa da anni - che l'italico genio possa trovare quella unità di intenti necessaria per sfondare sui mercati internazionali. Il nostro Paese ha tutto per dettar legge nel settore agroalimentare, enogastronomico e turistico. Se non primeggiamo è solo colpa nostra, che siamo disorganizzati e autolesionisti. *cod 14196*

ORGANO UFFICIALE DI





Personaggio dell'anno

Cucchiaio d'oro 2009 a Giorgio Calabrese
Festa a Roma alle Officine del pesce

Gli ingredienti c'erano tutti: un premio, un premiato di tutto rispetto, ospiti illustri, un *parterre* di oltre quaranta giornalisti di tv e carta stampata, decine di operatori dell'enogastronomia e dell'agroalimentare, piatti a base di pesce e un talk show sulle tendenze del comparto ittico italiano. In più non è mancato quel pizzico di mondanità.

Nella serata del 10 febbraio scorso, alle Officine del pesce di Roma, ci si è dati appuntamento per la consegna del premio al nutrizionista **Giorgio Calabrese**, decretato dal sondaggio realizzato da "Italia a Tavola" con il supporto di Oliovinopeperoncino, Yubuk e Consultazienda "Personaggio dell'anno 2009 per l'enogastronomia e la ristorazione", che ha guadagnato un ampio consenso dagli elettori. L'occasione della consegna del premio a Calabrese è servita anche per affrontare un tema "fresco", in quanto il prodotto oggetto di dibattito finisce sulle tavole in brevissimo tempo, ma al tempo stesso "caldo" perché bisognoso di maggiore comunicazione.

Durante il talk show moderato dal direttore Alberto Lupini ci si è dunque chiesti: il pesce è a rischio? «L'Italia - ha risposto Calabrese durante il dibattito - è stata scelta dal Governo cinese come consulente tecnico e formativo sul fronte alimentare. La cosa importante non sta nel fatto che sia stato chiamato io, ma che ci sia stato il coinvolgimento di un nutrizionista italiano. Significa che l'Italia è vista come terra da cui attingere per idee ed esempi. È la nostra scuola, così come quella mediterranea che definisce







delle regole perché, nello specifico, il pesce italiano è visto all'estero come un prodotto dalla grande moralità scientifica e tecnica».

I prodotti ittici italiani sono di grande livello, ma è anche importante che il consumatore impari ad acquistare pesce allevato in Italia. C'è chiarezza in tutto questo? «La Comunità europea - ha dichiarato **Ezio Castiglione**, direttore generale di Ismea (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare) - ha scelto di tutelare l'ambiente, in tutte le sue sfaccettature, del Mediterraneo. Per valorizzare il prodotto italiano, è necessario che il mondo della pesca riesca a garantire e comunicare chiaramente il percorso della filiera (tracciabilità). Bisogna permettere al consumatore di identificare il prodotto. Oggi non è così: c'è ancora chi ha difficoltà a distinguere un pesce dall'altro».

Cosa fare dunque? «La cosa più facile - ha risposto Calabrese - è partire dai bambini: insegnare loro dove nasce il pesce. Portarli dove lo si alleva per fargli capire che il pesce non è quello dei bastoncini impanati. Ho seguito personalmente un progetto nelle scuole del Lazio e della Lombardia che mirava proprio a questo tipo di educazione».

A cosa si accompagna il pesce? «Beh, da neoeletto presidente Onav, non posso che rispondere "vino". Il pesce è un ottimo alimento, specialmente se abbinato al vino, sia bianco che rosso. Questo non solo perché il binomio cibo vino permette di assaporare al meglio il piatto, ma anche perché nel pesce sono contenuti gli acidi grassi Omega 3 mentre nell'uva vi sono tracce di Omega 6. L'abbinamento pesce-vino avrebbe perciò una efficace funzione protettiva a livello dell'apparato cardiovascolare.



Come Onav ci battiamo per la diffusione della cultura del bere responsabile. In particolare, Onav è sensibile alla tematica della compatibilità tra guida e vino. Ci battiamo contro l'abbassamento del tasso alcolico a 0,2 e contro il suo innalzamento a 0,8».

Tornando alla serata, hanno preso parte anche Marzia Morganti Tempestini, giornalista, donna del vino e pr Carpenè Malvolti, e Pietro Lococo, amministratore unico Fin. Com. Pesca. Non sono mancate le sorprese: si è infatti sottratto ai fornelli del suo ristorante, per un rapido saluto e la preparazione di un piatto speciale, lo chef Filippo La Mantia (anche lui tra i vincitori del sondaggio). Il piatto di La Mantia si è inserito in un menu a base di pesce (da una variazione di crudi al filetto di tonno in crosta di frutta secca ed erbe aromatiche agli anelli di calamaro ripieni di couscous e *brumoise* di verdurine, dal risotto alla pescatora a dei gnocchetti ai gamberi e pomodorino pachino con olive di Gaeta e a gamberi mazzancolla con valeriana e arance a vivo) accompagnato dai vini della cantina Carpenè Malvolti.

«Non mi aspettavo di finire nella rosa dei candidati che potevano ambire a questo riconoscimento - ha dichiarato Calabrese ricevendo il premio "Cucchiaio d'oro", scultura ideata e realizzata dall'artista bresciano Roberto Guarnieri - e quindi la vittoria è stata una vera sorpresa. Sicuramente mi ha aiutato la recente nomina a presidente Onav, ma il numero degli iscritti non giustifica questo successo. Di solito i premi vengono assegnati dalle giurie, questo invece è un riconoscimento votato dal pubblico. È stato bello gareggiare perché ha richiesto che il consenso venisse conquistato poco per volta, voto su voto, attraverso il parere della gente».
(E.Z.) *cod 14133*







La Toscana è nel piatto
Servita con Dogajolo e Nobile

Il patron-sommelier de **Le Logge del Vignola** (via delle Erbe 6, Montepulciano, Si - Tel 0578 717290) Massimo Stella ci accoglie per degustare due ricette toscane rielaborate con saggio ingegno dallo chef Andrea Mancini, in un perfetto equilibrio fra tradizione e originalità. Un vero inno che si esalta in abbinamento con due vini importanti. Il primo, dall'appellativo di "Nobile", che sembra derivare dalle sue intrinseche doti di finezza ed eleganza, ma anche dal fatto che nel passato la sua produzione era curata dalle nobili famiglie della città. Il Dogajolo è il risultato di un attento studio di zonazione per individuare dei terreni con le caratteristiche più adatte alla coltivazione delle varietà di uve bianche che lo compongono. Entrambi portano il nome di una grande azienda vinicola come Carpineto. *cod 14321*

Carpineto snc
località Dudda, 50022 Greve in Chainti (Fi)
Tel 055 8549086 - Fax 055 8549001
www.carpineto.com

COSTOLETTE DI AGNELLO AL FORNO IN RETE CON TIPICO SALAME DI FICHI



INGREDIENTI (per 4 persone): 12 costolette d'agnello, rete di maiale, sale e pepe q.b., 25 g di mandorle, 25 g di noci, 25 g di nocciole, 25 g di pinoli, 200 g di fichi secchi, 150 g di farina gialla

PROCEDIMENTO: pulire i fichi, tagliarli e passarli al cutter con la frutta secca fino a ottenere un impasto omogeneo. Con l'aiuto della pellicola formare un salame da far riposare in frigo per una notte. Con la farina preparare una polenta morbida, stenderla tra due fogli di carta forno e farla seccare fino a ottenere una cialda croccante da tagliare a triangoli. Rosolare in padella l'agnello con olio, lasciandolo al sangue, poi avvolgere le costolette nelle fette di salame poi con la rete di maiale e finire la cottura in forno.

IL SOMMELIER CONSIGLIA

Vino Nobile di Montepulciano Docg Riserva

Uvaggio: 70% Sangiovese (Prugnolo Gentile) 30% tra Canaiolo, Merlot e altre varietà autorizzate
Vinificazione: fermentazione per 10-15 giorni sulle bucce a temperatura costante. Frequenti rimontaggi
Affinamento: 12 mesi in bottiglia
Invecchiamento: 2 anni in botti di rovere
Colore: rosso rubino tendente al granato
Profumo: etereo, caratteristico, armonico, vellutato con note di mammola e di legno pregiato
Sapore: asciutto, sapido, armonico, vellutato con profumi di frutta esotica e balsamici
Gradi: 13% vol.
Servire a: 20°C
Abbinamenti: ideale con cacciagione e formaggi stagionati



IL SOMMELIER CONSIGLIA

Toscana bianco Igt Dogajolo Toscano

Uvaggio: Chardonnay, Grechetto, Sauvignon Blanc
Vinificazione: macerazione sulle bucce e fermentazione a temperatura controllata
Affinamento: filtrato e tenuto a bassa temperatura per favorire la stabilizzazione spontanea. Non ha subito trattamenti chiarificanti con prodotti chimici
Colore: giallo paglierino con riflessi verdognoli
Profumo: fruttato e non eccessivo
Sapore: buon corpo e giusta acidità, secco, ma con finale vellutato
Gradi: 12,5% vol.
Servire a: 10-12°C
Acidità totale: 5,2 g/l
Abbinamenti: come aperitivo o con piatti mediterranei, ottimo anche con piatti della cucina asiatica





PATÈ DI FEGATINI DI POLLO IN CASSETTA DI PANE AL CAFFÈ CON PERA "PICCIOLA" DEL MONTE AMIATA E SALSA SABA



INGREDIENTI: 500 g di fegatini di pollo, 70 g di carote, 70 g di sedano, 100 g di cipolla, 200 g di mele renette, 150 g di burro, sale e pepe q.b., un rametto di rosmarino e foglie di salvia, 10 cl di vinsanto, 4 pere "Picciola", salsa saba, olio extravergine d'oliva. *Per il pane al caffè*: 300 g di farina, 50 g di polvere di caffè, 10 cl di acqua, un uovo, 10 g di lievito di birra, 10 g di sale

PROCEDIMENTO: mescolare la farina con il caffè e il sale, sciogliere lievito e uovo in acqua tiepida, versare farina e impastare fino a ottenere un impasto omogeneo. Far lievitare e cuocere in forno a 180°C per 30 minuti. Dal pane ricavare delle fette sottili e foderarci degli stampi, riempire con il paté, chiudere con il pane e far riposare in frigorifero.


siggi
TRENDY
Veste la passione
per la buona cucina
Siggi Abbigliamento
professionale.
Ristorazione sala,
parannanze, cuoco,
casacche e camici,
accessori.
Siggi Trendy by Siggi Group SpA
via Vicenza 23,
36030 San Vito di Leguzzano (Vi)
tel. +39 0445 695500
fax. +39 0445 670877/519123
info@siggigroup.it
www.siggigroup.it

le Radici del Cibo di Piera Genta

Sale, una storia millenaria L'oro bianco indispensabile in cucina

"Q.b.", da leggersi "quanto basta", ovvero la quantità di sale da utilizzare nelle nostre ricette, è una sigla che non rende giustizia alla storia di questo quotidiano alimento. Considerato in passato "oro bianco" tanto era raro, prezioso e importante. Gli Egizi lo utilizzavano nel processo di mummificazione e per conservare alimenti come carne e pesce. Per i Maya era una medicina, mescolato a olio o miele. Plinio il Vecchio nella sua "Storia naturale" gli dedica ben sette capitoli e i Romani ne fecero una vera e propria industria, chiamando Salaria la via che collegava Roma alle saline di Ostia, coniando il termine "salario" e imponendo una gabella per il suo commercio. Proprio l'applicazione di queste tasse hanno scatenato le numerose e feroci guerre del sale. Una delle tante fu quella tra Venezia e Ferrara per lo sfruttamento delle saline delle valli di Comacchio e il dominio del traffico nel Mediterraneo orientale fino alla più recente "Marcia del sale", quando Gandhi utilizzò un pugno di sale grezzo per condurre il popolo indiano all'indipendenza dalla Gran Bretagna, violando il monopolio. Bene di lusso per molto tempo, oggi diventato un ingrediente di moda tanto da ispirare ricette dedicate all'utilizzo di sali provenienti da tutto il mondo e, non ci sarebbe da stupirsi, una carta del sale. Del sale marino, cioè quello ottenuto per evaporazione dell'acqua di mare, bisogna ricordare il Sal fiore di Romagna, chiamato anche il sale del Papa, e quello delle saline nella provincia di Trapani, già descritto nel 1154 dallo storico Edrisi e oggi Presidio Slow Food. I gourmet sono anche attirati dal Fiore di sale di Camargue, molto bianco, il più pregiato al mondo, raccolto a mano. Ci sono poi il Fiore di sale di Guérande, originario della Bretagna, che piaceva a Luigi XIV per il suo lieve aroma di violetta; il Sale rosa Murray River Australia, estratto da un bacino sotterraneo del fiume Murray; quello rosa dell'Himalaya, formatosi 200 milioni di anni fa; il Sale dolce dello Utah, che si è formato dall'evaporazione dell'acqua del lago preistorico Bonneville; il Sale blu di Persia, molto raro, il cui colore si deve a un sale di potassio grezzo; quello rosso e quello nero delle Hawaii. *cod 14125*



Piera Genta
Interpreta l'agroalimentare italiano fra tradizione e innovazione





REGALI DA 3MILA EURO SOTTO L'ALBERO DELLE MELE MARLENE

Dal 1° marzo al 1° giugno 2010, acquistando le mele raccolte in Alto Adige-Südtirol dai 5.600 soci del Consorzio Vog, si potrà partecipare all'estrazione della "EasyGift card", da spendere nei punti vendita delle catene di elettronica. In palio anche una scultura in bronzo a forma di melo. *cod 14215*

OLIO APERITIVO, MARCHIO PER L'EXTRA PRIMA DEI PASTI

Antonio Ruggiero del ristorante Fortezza Normanna a Vairano Patenora (Ce) rilancia l'Olio aperitivo. Da un'idea lanciata nel 2005 nasce il marchio registrato e dotato di disciplinare di assaggio. Si definisce "olio aperitivo" un eccellente extravergine, quasi un succo di oliva. **(M.V.)** *cod 13957*

MANZATO: PRODOTTI VENETI DOP ANCHE NELLA GDO - «Le regioni che hanno prodotti tipici e di qualità devono entrare nel capitale nella Grande distribuzione, acquisendone quote societarie, solo così si potranno veramente garantire le produzioni locali». Lo ha detto il vicepresidente e assessore all'Agricoltura della Regione del Veneto **Franco Manzato**. «Come Regione Veneto facciamo parecchie attività per sostenere l'agricoltura e i prodotti tipici e di qualità, ma il problema resta». *cod 14052*

A casa o al ristorante? Semplicità vs innovazione

L'indagine "Dal carello della spesa al ristorante. Cambia il modo di guardare gli italiani a tavola", promossa da Rimini Fiera e Fipe, getta luce sugli stili alimentari degli italiani. La casa è il luogo di semplicità e frugalità, il ristorante di innovazione e scoperta: ci si va per assaporare cose che in casa non si trovano o non si cucinano più. Per il vicepresidente della Fipe **Aldo Cursano** «la crisi non ha condizionato i piaceri della tavola e l'attenzione alla qualità. Anzi, la difficile situazione economica ha portato il consumatore a essere più consapevole, magari mangiando meno, ma scegliendo meglio». A differenza di quanto avveniva nel passato - ha aggiunto **Giuseppe Cuzziol**, presidente di Italgrob - oggi è il pasto fuori casa a costituire la parte "sociale" del consumo». *cod 14266*



Agenda degli ultimi sequestri



4 febbraio - Caserta
I Nas di Napoli hanno chiuso un'azienda di Gricignano di Aversa (Ce) e sequestrato 3 quintali di latte di bufala. Il caseificio nel ciclo di produzione non osservava le procedure di tracciabilità. *cod 14045*



5 febbraio - Bergamo
Rimettevano in vendita prodotti alimentari scaduti dopo aver rinnovato l'etichetta. L'accusa è stata mossa dal Nucleo anti sofisticazioni di Brescia e dai militari di Treviglio contro un punto vendita di Lurano (Bg). *cod 14075*



8 febbraio - Pechino (Cina)
Un'indagine sul latte alla melamina ha portato alla chiusura di 2 aziende e al sequestro di 72 tonnellate di prodotto in Cina. Altre 100 di latte in polvere contaminato potrebbero però essere ancora sul mercato. *cod 14085*



11 febbraio - Palermo
550 kg di carni di pollame e 60 di prodotti surgelati in cattivo stato di conservazione viaggiavano su un autocarro frigorifero con il refrigeratore guasto. Denunciati titolare e conducente. *cod 14131*



11 febbraio - Conegliano (Tv)
Giocando sull'assonanza dei nomi e sui colori delle etichette stavano per finire sulle tavole inglesi 14.400 bottiglie di "Rosecco". Frode smascherata dall'Ispettorato per il controllo della qualità agroalimentare. *cod 14126*



15 febbraio - Brescia
500 tonnellate di alimenti da Cina, Tailandia, Nigeria e sud America in cattivo stato di conservazione erano stoccate in un magazzino. I prodotti scaduti erano destinati a ristoranti, alla Gdo e a negozi etnici e italiani. *cod 14182*



17 febbraio - Fiesole (Fi)
Sequestrati nella cantina sotterranea di un'azienda vinicola 1.200 ettolitri di vino sfuso e 50mila bottiglie Docg e Igt. Scarse le condizioni igienico-sanitarie e presenti materiali e macchinari estranei all'attività vinicola. *cod 14206*



19 febbraio - Italia
Controlli a tappeto in macelli, stalle, depositi e allevamenti. 152 le infrazioni accertate e 113 i responsabili segnalati alle autorità. Sequestrate 18 tonnellate di carne e prodotti animali in pessimo stato e privi di bollatura. *cod 14243*

In Italia cresce il biologico Boicottati i cibi transgenici

Cresce la voglia di mangiare sano fra gli italiani e la scelta delle famiglie si orienta non solo verso la razionalizzazione dei costi, ma anche verso i prodotti salutistici. È quanto emerge dal rapporto Italia 2010 dell'Eurispes, che sottolinea come gli italiani non siano disposti a rinunciare alla buona alimentazione. Il primo obiettivo è quello di evitare cibi contaminati per ben l'85% degli italiani.

Ma nell'acquisto la scelta dei prodotti viene dettata anche da ragioni di "prezzo" (76,4%), per evitare cibi transgenici (73,4%) o per ragioni di salute (67,4%). Spiega il rapporto: «Il timore causato dalle epidemie recenti e il bisogno di controllare la nutrizione per prevenire, ove possibile, quelle malattie per le quali la cattiva alimentazione è un fattore determinante hanno reso gli italiani più attenti ed esigenti in tema di sicurezza alimentare. Ciò spiega il forte incremento del consumo di prodotti provenienti dall'agricoltura biologica» che, a differenza di quelli dell'agricoltura tradizionale, non hanno risentito della crisi. Nel primo semestre 2009 si è verificato un incremento degli acquisti domestici di prodotti bio confezionati pari al 7,4%. In particolare, in forte crescita risulta l'ortofrutta fresca e trasformata, con un +37,8%; seguono le uova (+24,3%), le bevande (+11,6%), il miele (+10,4%), i gelati e surgelati (+7,1%) e gli oli (+1,8%).

Perdono, invece, terreno rispetto al primo semestre 2008 i prodotti per l'infanzia, l'aggregato pasta, pane e riso, i prodotti lattiero caseari e quelli per la prima colazione. L'incrocio dei dati per area geografica mostra come il consumo domestico è avvenuto soprattutto nelle regioni settentrionali. *cod 13976*



LA PATATA DELLA SILA VERSO L'IGP - Come prevede la normativa comunitaria, bisognerà attendere sei mesi prima di vedere la Patata della Sila ufficialmente iscritta nel registro europeo delle Dop e Igp. Fiore all'occhiello della produzione calabrese, ha una storia lunga che inizia nel 1811. *cod 14123*

IGP VICINA PER L'ASPARAGO DI BADOERE - La domanda di riconoscimento come Igp dell'Asparago di Badoere (Tv) è stata pubblicata sulla Gazzetta ufficiale Ue. Entro sei mesi la procedura prevede che gli Stati membri possano inviare alla Commissione le loro eventuali istanze di opposizione al riconoscimento. *cod 13974*

CAROTA NOVELLA DI ISPICA IDONEA ALL'IGP - Con il riconoscimento dell'Igp la carota novella di Ispica (Rg) si appresta ad entrare nel paniere delle eccellenze agroalimentari siciliane. Oggi la superficie di produzione dedicata a questo prodotto si estende per 1.500 ettari. *cod 14201*



Eurofoglia, logo per il biologico e i cibi "verdi"

Dal 1° luglio 2010 sarà in vigore il nuovo logo europeo per gli alimenti biologici: una "Eurofoglia" con 12 stelle bianche su fondo verde brillante con al centro una cometa.

Il nuovo logo è importante in Italia, dove il biologico sviluppa un giro di affari stimato in 3 miliardi con 45mila imprese. Più di un italiano su due (56%), infatti, ha messo nel carrello della spesa prodotti biologici almeno qualche volta nel corso del 2009. *cod 14093*

Crolla l'agricoltura In calo coltivazioni e allevamento

L'agricoltura fa segnare una riduzione stimata del 5% del valore aggiunto reale su base annua per effetto del calo del 3,2% della produzione totale agricola e del crollo dell'11,1% dei prezzi riconosciuti agli agricoltori. È quanto emerge da un'analisi della Coldiretti sulla base dei dati Ismea Ac Nielsen relativi al 2009, in riferimento ai dati Istat sull'andamento del Pil in Italia, che nel 2009 fa registrare un calo del 4,9%, il peggiore dal 1980.

Nel 2009 si è verificata una forte contrazione nella produzione delle coltivazioni vegetali del 4,3% e un calo dell'1,2% nelle attività di allevamento ma particolarmente pesante è stata la riduzione dei prezzi alla produzione agricola rispetto all'anno precedente. Se in media la riduzione è stata del 11,1% un vero crollo si segnala per i cereali, i vini, la frutta, l'olio d'oliva, il latte e per i suini. *cod 14145*

Ecorì garantisce il riso

La ristorazione di qualità cerca la tracciabilità di varietà certificate, a partire dal Carnaroli



Mentre a livello politico c'è incertezza sull'effettiva volontà di difendere un valore assoluto come le "varietà" del riso (la cui qualità è indispensabile per assicurare cotture perfette e l'eccellenza dei piatti), sempre più ristoratori ci chiedono come possono tutelarsi rispetto alla volontà dell'industria risiera di uniformare al ribasso le qualità, unendo sotto le stesse denominazioni varietà diverse. È il caso del "plebeo" Karnak, che si vorrebbe elevare al rango del più blasonato (e costoso a livello di produzione) Carnaroli, il re dei risi.

La risposta possibile è una sola: tracciabilità. Solo attraverso una certificazione di quanto è contenuto in una confezione è infatti possibile avere la certezza di realizzare al meglio la propria ricetta utilizzando, in base all'esperienza o alle caratteristiche, Carnaroli invece che Arborio o Vialone nano.



«La tracciabilità di tutti i nostri risi (oltre 8 varietà principali) - spiega in proposito **Umberto Mainardi** (*nella foto*), presidente della piemontese Ecorì agricola srl - è l'obiettivo che da tempo ci siamo dati per garantire le produzioni di eccellenza fornite dai 10 soci alla società che si occupa poi della lavorazione e del confezionamento dei prodotti a marchio Ecorì. I risicoltori, riuniti in questa società, sono in grado di controllare il prodotto in ogni fase della produzione, dal campo alla tavola, assicurandone la qualità assoluta di produzioni eco-compatibili».

Una certificazione che acquista un peso fondamentale per poter scegliere al meglio fra le diverse varietà proposte alla ristorazione, che rappresenta il 50% del mercato di Ecorì. «Negli ultimi anni - aggiunge Mainardi - abbiamo compiuto sforzi importanti per seguire i ristoranti, selezionando le nostre varietà e puntando in particolare sul Carnaroli, che garantisce le migliori cotture in assoluto. Ma nelle nostre offerte ci sono ovviamente anche Arborio, Roma, Baldo, S. Andrea, Artiglio, Vialone nano e integrale. Il tutto anche con la linea Elite (riso invecchiato)». *cod 14332*

VALORI NUTRIZIONALI PER 100 g DI RISO

7 - 10 g	di proteine
0,5 - 1 g	di grassi
78 - 82 g	di carboidrati
6 mg	di sodio
80 mg	di potassio
8 mg	di calcio
120 mg	di fosforo
0,6 mg	di ferro
0,06 mg	di tiamina (vit. B1)
0,03 mg	di riboflamina (vit. B2)

I SOCI FORNITORI

1.300 ettari di superficie coltivata nelle province di Novara e Vercelli
3.500 tonnellate di riso lavorato

I SOCI PRODUTTORI DI ECORÌ

- **Cascina Brigona** di Paolo e Umberto Mainardi - Granozzo con Monticello (No)
- **Cascina Cascinassa** di Paolo Renditore - Lignana (Vc)
- **Cascina Castello** di Piergiuseppe e Claudio Roncarolo - Lignana (Vc)
- **Cascina Castellone** di Giovanni Saviolo - Olcenengo (Vc)
- **Cascina Mandria** di Giacomo e Benedetto Coppo - Livorno Ferraris (Vc)
- **Cascina Lotto 1 Cascine Strà** di Giovanni Greppi - Vercelli
- **Cascina Valoccara** di Maria Greppi - Vercelli
- **Tenuta Sandra** di Giovanni Barone - Desana (Vc)
- **Cascina Marena** di Celestino Decaroli - Casanova Elvo (Vc)
- **Cascina Besina** di Roberto Pisano - Stroppiana (Vc)

Ecorì agricola srl
via Trino 200, 13100 Vercelli
Tel 0161 271920 - Fax 0161 297630
www.ecori.it





Due anni con Itala

Successo su tutti i fronti per l'impegno nella valorizzazione del latte italiano



Ha mantenuto tutte le promesse Itala, la mucca dagli occhi dolci, nominata dai produttori Unalat come testimonial del buon latte italiano. Ha portato i bambini dai banchi di scuola alle fattorie didattiche a vedere come nasce il latte, guidandoli in un viaggio virtuale dalla stalla fino alla tazza della colazione. È stata la star di documentari, spot, trasmissioni radiotelevisive e del portale internet interattivo **www.italaweb.it**.

Ne ha promosso la conoscenza e il consumo ed è stata proprio lei, la vezzosa mucca tricolore, a dare il nome al primo marchio collettivo di qualità istituito due anni fa nell'ambito del programma di promozione del latte bovino italiano con tracciabilità di filiera garantita, realizzato da Unalat e sostenuto dal ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali con la collaborazione di Buonitalia e dell'Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione.

Il logo di Itala ha avuto anche il merito di rendere riconoscibili il latte, il burro e lo yogurt di elevato standard qualitativo e di totale tracciabilità di filiera, introducendo di fatto per i prodotti lattiero-caseari una sorta di denominazione d'origine e di garanzia. Attualmente 10 grandi aziende lattiero-casearie marchiano e commercializzano i loro prodotti con Itala: Consorzio latterie friulane, Centrali produttori latte Lombardia, Latteria Soligo Centrale del latte di Alessandria e Asti, Fattorie Donna Giulia, Masseria Posticchia Sabelli, Consorzio produttori latte Maremma, Società agricola Torre di Mezzo, Azienda agricola Vallepiana e Cooperativa allevatori di Putignano. E altre 21 hanno aderito al programma di tracciablità. «Il marchio Itala - ha detto il presidente Unalat, **Giovanni Rossi** - viene apposto su oltre 1.500.000 quintali di latte mentre la quantità di prodotto tracciato si attesta sui 12 milioni di quintali, a testimoniare una crescita costante di questo grande progetto di filiera».

Per **Romano Marabelli** del ministero della Salute «l'Italia è diventata il punto di riferimento, a livello mondiale, della qualità. Un merito che richiede però una grande responsabilità: siamo in competizione con molti Paesi e questo non ci fa sconti». **(M.M.)** *cod 14146*





IL PROVOLONE DEL MONACO DIVENTA DOP - Nuovo successo per le Denominazioni italiane in un settore fondamentale come quello lattiero-caseario. Alla lista si è aggiunto il Provolone del Monaco Dop. Prodotto in alcuni comuni della provincia di Napoli, è un formaggio semiduro a pasta filata e stagionato per almeno 180 giorni. *cod 14135*

FORMAGGI FRANCESI IN ITALIA AMBASCIATORE È OLTOLINI - Sarà il critico e giornalista enogastronomico Davide Oltolini l'Ambasciatore dei formaggi di Francia per l'Italia nel 2010, nell'ambito della campagna "Evviva les fromages", protagonista contemporaneamente in 7 Paesi europei. *cod 13894*

IN PIEMONTE 41 ASSAGGIATORI ONAF, A MARZO I NUOVI CORSI Terminato il corso di primo livello dell'Organizzazione nazionale assaggiatori formaggi: i nuovi 41 assaggiatori della delegazione di Torino sono stati iscritti sul libro Onaf. A marzo partirà il nuovo corso rivolto a chi, per interesse professionale o per passione, vuole conoscere i formaggi. **(P.G.)** *cod 14139*

PREZZI, TIENE LA MOZZARELLA CAMPANA - Nonostante le recenti vicende della Mozzarella di bufala campana Dop annacquata dal presidente del Consorzio, i prezzi hanno tenuto. Le quotazioni ai caseifici italiani sono rimaste invariate, con uniche eccezioni in negativo per il burro e in positivo per il Parmigiano Reggiano. *cod 13997*

YOGURT MILA LINEA BENESSERE RINFORZA LE DIFESE NATURALI Mila Benessere Rinforzo è lo yogurt probiotico che abbina scientificità e naturalità. Contiene, oltre ai classici fermenti lattici, il fermento probiotico attivo Bifidobacterium, che arriva nell'intestino contribuendo a rafforzare la microflora. *cod 14237*

Pubblicità e salumi sui banchi di scuola



«Richiamare l'attenzione sulle tipicità e le qualità dei salumi Dop e Igp sulle innovazioni delle tecniche di trasformazione e di conservazione, sulle rigorose norme igienico-sanitarie nell'allevamento dei suini e nella produzione dei salumi, contribuendo così a quella cultura nutrizionale della quale si riconosce l'importanza sanitaria, sociale ed economica». Nelle parole di **Massimiliano Dona**, segretario generale dell'Unione nazionale consumatori (Unc), è sintetizzato lo scopo della pubblicazione "A scuola di salumi", edita dall'Unc e promossa dall'Istituto valorizzazione salumi italiani con il contributo del ministero delle Politiche agricole. Si tratta di un opuscolo completo adatto al pubblico dei giovani consumatori. All'interno sono spiegati i significati delle sigle Dop e Igp oltre a illustrare le principali famiglie che si trovano nella galassia dei salumi.

L'opuscolo è stato distribuito in 7.010 scuole medie insieme al bando del concorso "Pubblicitario per un giorno". Gli allievi dovranno ideare una campagna pubblicitaria che comunichi la qualità dei salumi. La migliore verrà realizzata e pubblicata. *cod 14102*



Prosciutto di Parma Nuove modifiche al disciplinare

La Commissione europea ha deciso di approvare la modifica di alcuni elementi del disciplinare di produzione della denominazione Prosciutto di Parma Dop. La modifica precisa le condizioni per prorogare la durata della conservazione del prosciutto affettato e preconfezionato e cambia la grafica del logo. Sulle confezioni sarà più evidente la dicitura della denominazione protetta e il contrassegno "corona ducale" contro le falsificazioni. *cod 14304*







Il baccalà "su misura" secondo Longino&Cardenal

La Longino&Cardenal, azienda milanese da oltre 20 anni specializzata nella fornitura di prodotti alimentari di alto livello a ristoranti, alberghi e gastronomie, ha aperto le porte della sede milanese per presentare agli operatori Horeca i prodotti dell'azienda spagnola Bacalao Giraldo, in particolare il baccalà, uno dei prodotti tipici dei Paesi Baschi.

Un viaggio accompagnato da ricette tipiche basche, durante il quale, con il coordinamento di Riccardo Uleri, titolare della Longino&Cardenal, si è mostrato l'utilizzo dei tagli di baccalà. Dire baccalà significa dire merluzzo bianco: proprio ai pescatori baschi si deve l'invenzione della procedura di salagione del merluzzo. Quello bianco si sposa con la grande cucina: forse perché generoso, si combina con diverse salse e decine di ingredienti.

I baschi oggi godono di un'ottima reputazione nel campo enogastromico: in questa regione spagnola la cucina ha un ruolo fondamentale e definisce l'identità culturale di questo popolo. Sulle tavole basche non mancherà mai il baccalà che, per tradizione, è proposto in due versioni: "alla vizcaina" o "al pil pil". Quest'ultima ricetta è difficoltosa perché è necessario ruotare il tegame durante la cottura del baccalà mentre si aggiunge l'olio d'oliva. Il pesce rilascia così una gelatina dalla consistenza simile alla maionese, ma molto più leggera. Tra i piatti presentati dallo chef della Bacalao Giraldo (che propone in Italia il baccalà dissalato con tagli a misura) non sono mancate le "*kokotxas*": parti della mandibola del baccalà servite impanate e fritte o con salsa di prezzemolo. In abbinamento alle portate, il distributore Meregalli ha proposto un Plato bianco Igt Maremma di Fertuna e uno Champagne brut zèro dosage della francese Ayala.



Una giornata fantastica per **Matteo Scibilia**, presidente del Consorzio Cuochi e Ristoratori di Lombardia e patron dell'Osteria della Buona Condotta di Ornago (Mb): «Noi italiani siamo i più grandi consumatori di Baccalà nel mondo, ma altre nazioni quali la Spagna e il Portogallo, non solo sono specialisti nella cottura e in ricette tipiche ma sono anche e sopratutto pescatori di merluzzo, che poi viene inviato nei Paesi scandinavi per la salatura o l'essicamento. *Gadus morhua* è il nome scientifico del merluzzo, e solo lui è il migliore per ottenere un grande baccalà. Baccalà salato o stoccafisso, il pesce è lo stesso, cambia la conservazione: lo stoccafisso è essiccato all'aria, il famoso "ragno" (prodotto di prima scelta), che solo in Veneto è chiamato baccalà, ma nel resto del mondo è baccalà salato. La Longino&Cardenal ha fatto una scelta fantastica, diversi tagli in atmosfera modificata permettono al ristoratore di avere sempre a disposizione il baccalà già pronto all'uso». **(E.Z.)**

cod 14236

Il cardo, dal cuore tenero, che migliora con le gelate


Foto Marcello Marengo Archivio Slow Food

di Greta Nicoletti

Il cardo è un ortaggio tipicamente invernale di forma simile al sedano, ma appartenente alla stessa famiglia dei carciofi. La sua parte commestibile è il gambo, che ha un gusto simile a quello del carciofo, con sfumature che ricordano vagamente anche il sedano. Per la durezza del gambo e il sapore amarognolo la coltivazione di questo ortaggio è difficoltosa: per limitarne l'amaro va coltivato il più possibile in assenza di luce, il che lo rende anche più candido. Subendo poi l'effetto delle gelate tardo-autunnali, sprigiona la sua incredibile tenerezza. I suoi gambi devono essere bianchi e compatti e non presentare tracce di colore verde, altrimenti saranno duri e amari.

Durante l'acquisto è importante sapere che quelli che tendono ad aprirsi non sono più molto freschi, meglio scegliere piante dal colore chiaro, chiuse e pesanti, prive di macchie, con costole croccanti e larghe.

In cucina questo ortaggio si sposa molto bene con le acciughe sotto sale: accompagnamento obbligatorio per la bagna cauda, la salsa bollente piemontese a base di acciughe, burro e aglio. D'altro canto le sue cime fiorite si possono consumare bollite, come le punte di asparagi. Le foglie tenere possono essere gustate in insalata e i saporiti e nutrienti gambi si prestano alle preparazioni più diverse. Dal punto di vista nutrizionale il cardo ha pochissime calorie e un indice di sazietà piuttosto alto: quindi può essere arricchito di sapore anche utilizzando una certa quantità di grassi pur mantenendo un'elevata sazietà.

Il cardo gigante, a coste dritte, è adatto soprattutto per la cottura mentre il cardo gobbo, più tenero e dolce, è l'unica varietà che si può consumare anche cruda in pinzimonio. In particolare, il Cardo Gobbo di Nizza Monferrato è coltivato nell'omonimo comune e in quelli limitrofi (Asti). Pochi anni fa i cardaroli erano pochi e malpagati e il Cardo Gobbo un prodotto straordinario, ma sempre più raro. Così è stato fra i primi ad avere bisogno di un intervento concreto. Il Presidio Slow Food ha stilato, quindi, un disciplinare che è una bandiera: è consentito solo l'utilizzo della varietà Spadone, la migliore e la più tradizionale e non sono previsti fertilizzanti chimici, erbicidi o antiparassitari. *cod 14141*


Foto Marcello Marengo Archivio Slow Food

IDEE SFIZIOSE

CARDI GRATINATI

Ingredienti: un chilo e mezzo di cardi, aglio, olio extravergine d'oliva, 30 g di burro, grana, besciamella, noce moscata, latte, pepe, sale

Preparazione: pulire bene i cardi, tagliarli a pezzi di 5 cm, mettendoli man mano in una ciotola con acqua e il succo di limone in modo da non farli annerire, poi lessarli in acqua salata per circa un'ora.

Preparare intanto la salsa. Far sciogliere 30 g di burro, unire la farina setacciata e lasciarla tostare per 1 minuto, sempre mescolando.

Versare il latte caldo in un solo colpo e mescolare energicamente fino ad assorbire il latte. Poi cuocere a fuoco dolce, fino ad ottenere una besciamella densa. Lasciarla quindi intiepidire, poi amalgamarvi il Mascarè, noce moscata, sale e pepe a piacere.

Scolare i cardi, disporli in una teglia imburrata, distribuirvi sopra la besciamella e il grana e cuocere in forno caldo a 220°C per 10 minuti, poi sotto il grill per qualche minuto.



Successo degli oli Dop?

Il segreto è nel variegato mondo della Ristorazione Sempre più si punta a valorizzare prodotti di nicchia


foto Sergio Palozzo





L'ottava edizione del Sirena d'oro di Sorrento, l'unico concorso nazionale dedicato esclusivamente agli oli extravergine di oliva Dop italiani, ha messo a fuoco il variegato panorama del nostro Paese. «Questa manifestazione - ha spiegato **Silvano Ferri**, presidente di Federdop olio - è più bella di Sanremo. È incoraggiante vedere molti giovani imprenditori e imprenditrici che, in un momento difficile come quello che sta attraversando la nostra economia, hanno tanto amore nel portare avanti un lavoro di valorizzazione dei prodotti Dop. Fiducia, passione e amore ci devono accompagnare per salvaguardare la tradizione italiana. Spesso gli imprenditori fanno fatica a comprendere le possibilità di sviluppo di questa categoria di nicchia (3-4% della produzione totale). Serve una comunicazione mirata per fare in modo che il consumatore si renda conto che un olio Dop non può costare come un olio che troviamo sugli scaffali della grande distribuzione a 3 euro».

A Napoli si è così parlato di territorio e dei mille campanili che distinguono il nostro Paese. Non esistono oli uguali in Italia per località e annata e questo può essere visto come punto di debolezza, ma va precisato che all'estero ci invidiano questa situazione. **Enrico Lupi**, presidente dell'Associazione Città dell'olio, ha precisato che «questo è un concorso che richiede mesi di lavoro e fatica. Si lavora duro in tutt'Italia, fermo restando che la Campania rimane il perno per gli aspetti organizzativi».

Esiste però un *gap* tra la fama che il prodotto incarna e la conoscenza, la comunicazione e la promozione dello stesso. «Servono alleati - ha precisato Lupi - perché da soli non superiamo questo *gap*. I ristoratori sono gli ambasciatori sul territorio delle realtà produttive del territorio stesso e con loro bisogna lavorare. Sicuramente la distribuzione conta (indipendentemente dalle dimensioni). Cresciamo come adesioni, ma l'asticella del consumo resta ferma. Sicuramente un aiuto può arrivare dalla regioni, ma se manca una visione globale del Paese non sfondiamo».

Nelle eleganti sale di Palazzo San Teodoro a Napoli si è voluto sottolineare che l'olio non è semplicemente un lubrificante tra due fette di pane. Perché dunque organizzare il Salotto degli oli e il premio Sirena d'Oro? «La Regione Campania crede nelle Dop - ha incalzato **Luciano D'Aponte**, responsabile regionale olivocoltura e valorizzazione - e ha sempre puntato sui vini autoctoni e sui prodotti gastronomici come la mozzarella o il pomodoro. La Campania ha ben 40 Dop (il 10% di quelle italiane) e se ne sono aggiunte di nuove. Dobbiamo lavorare affinché i prodotti di origine protetta si avvicino sempre più al mondo della ristorazione: per questo abbiamo attivato la scuola di cucina che vedrà alternarsi ai fornelli chef stellati e non. Tutto questo, con la collaborazione con l'Ice (l'Istituto del commercio estero), permetterà di dare maggiore visibilità alle aziende».

Entrando nel vivo del concorso, per selezionare i 58 finalisti sono state coinvolte 14 regioni, con 35 Dop per 192 produttori. Ariano Irpino la selezione più affollata con 58 produttori, mentre è di Verona il primato per il numero delle Dop: ben 13. Le Dop maggiormente rappresentate nella fase finale del Sirena d'Oro sono il Chianti Classico e Terre di Siena per la Toscana, la Dop Umbria e la siciliana Dop Valli Trapanesi, con tre menzioni ciascuna.

Come vuole la tradizione, è stata scelta la Donna dell'olio Sirena d'oro 2010. Il titolo è stato conferito a **Marisa Laurito** (*nella foto*), la poliedrica artista napoletana che da sempre ha fatto della buona cucina uno stile di vita. «Sono fiera di ricevere questo premio - ha spiegato - perché è rivolto alla mediterraneità. L'olio è un alimento straordinario, gustoso e sano per il fisico. Auspico che lo stesso entusiasmo sia esteso anche ad altri prodotti che vanno difesi a spada tratta dalle contraffazioni». **(E.Z.)** *cod 14258*

Il 2010 ha l'oro in bocca con l'aiuto di Dorure Debic

Debic e FrieslandCampina hanno arricchito la gamma dei dessert con Panna cotta, Crème caramel, Crème anglaise e Mousse au chocolat. Tutti compagni ideali per completare un'offerta che risponda in breve tempo alle esigenze di qualsiasi cliente. Dessert versatili, pronti all'uso o personalizzabili, per ottenere una gamma di proposte infinita. Una spesa contenuta per un risultato sorprendente, ottenuto in circa sei minuti, per guardare al guadagno del ristoratore senza alterare la qualità del suo menu. In quest'ottica viene presentata anche la novità assoluta di Debic per il 2010: Dorure, l'innovativo doratore per la pasticceria. Sarà l'alleato perfetto di ogni pasticcere, panettiere, ristoratore, chef. Discostandosi dai tradizionali doratori spray a base chimica o dalle preparazioni in polvere, è stata studiata una formulazione unica, allo stato liquido, pronta all'uso.

Dorure è infatti venduto nelle pratiche bottiglie richiudibili da 1 litro, pronto da spalmare, facilissimo da usare e, soprattutto, sicuro. Senza uova, composto esclusivamente da ingredienti naturali, risolve i problemi legati alla sicurezza alimentare, meglio nota come Haccp.

Ha una straordinaria resa: con 1 litro di prodotto si realizzano circa 500 croissant. Una sfumatura dorata e scintillante per ogni realizzazione dolciaria, un sicuro successo per le sfoglie, senza quell'odore caratteristico delle dorature a base di uova. Il prodotto va conservato in frigo a +4°C, ma si può tenere anche in freezer, qualora un pasticcere non abbia alte rotazioni di prodotto nel suo esercizio; da chiuso, dura 6 mesi, mentre una volta aperto si può conservare in frigorifero per 4-5 giorni, con il vantaggio di poterlo riutilizzare quando serve. cod 14194



Pasticcini di sfoglia



Questi pasticcini sono realizzati utilizzando la Pasta sfoglia con Panna firmata Debic. La ricetta prevede l'impiego della Panna Prima Blanca Debic, del Burro Top Tourage Gold Debic e, ovviamente, della giusta dose di Dorure.

INGREDIENTI: 150 g di tuorlo d'uovo, 2,6 kg di farina per sfoglia, 200 g di Burro Top Tourage Gold Debic, 40 g di sale, 1,2-1,3 kg di Panna Prima Blanca Debic (38%) e Dorure q.b.

PREPARAZIONE: impastare tutti gli ingredienti in successione, aggiungendo la Panna Prima Blanca Debic (38%) poco per volta. Ottenuto così il pastello, coprirlo con un telo di plastica e porlo in frigorifero per una notte. Il giorno seguente laminare il pastello ottenuto con 2 kg di Burro Top Tourage Gold Debic dando 4 giri da 4, oppure 2 pieghe da 3 e 2 da 4. Per ogni piega lasciare riposare in frigo 15-20 minuti.
Tirare la pasta, porla su delle teglie, pennellare con Dorure e cuocere in forno per 20 minuti a 180°C. Trascorsi i primi 10 minuti di cottura, girare la sfoglia.

Lo stop ai pesticidi ha fatto bene al miele italiano

Gli alveari italiani stanno rinascendo a nuova vita, con uno stato di salute eccellente e produzioni di miele ottime, sia in termini di qualità che di quantità, dal nord al sud del Paese, registrate nel 2009. Gli italiani si sono resi protagonisti di una vera e propria gara di solidarietà nei confronti delle api, con consumi di miele in crescita vertiginosa (+50%).

Un successo per gli apicoltori, in prima linea nella campagna contro i pesticidi killer, che ha visto tutta l'Italia mobilitarsi per salvare le api dal grave problema della moria degli alveari. Ma il mondo del miele non si ferma e sarà al lavoro perché lo stop all'uso dei concianti neonicotinoidi possa diventare definitivo, dopo lo stop fino al 20 settembre 2010 previsto dal ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali. Per proseguire la loro campagna, e in vista dello scadere dello stop all'uso dei concianti neurotossici per il mais, gli apicoltori italiani insieme all'Unaapi (Unione nazionale associazioni apicoltori italiani) hanno raccolto, tramite una sottoscrizione, oltre 120mila euro «per fronteggiare nei tribunali e nel Paese lo strapotere della lobby dei venditori di chimica», ha spiegato il presidente **Francesco Panella**. cod 14000



Daggio Elegance



Lynx Special



Acquachiara Onda

Norda per l'Horeca

Dopo l'acqua minerale arriva il tè freddo

Le acque Norda vanno controcorrente. L'andamento di mercato dell'azienda ha dimostrato infatti che dal segno meno si può rimanere immuni, anche in un anno difficile come il 2009. Occorrono programmi ben pianificati, qualità e propositività. A fronte di una riduzione generale dei consumi di acqua minerale, dove tutti i maggiori brand del settore hanno mostrato affanno, con situazioni negative anche molto pronunciate, Norda non solo ha "tenuto", ma ha anche registrato una lieve crescita nei vari canali di vendita, confermandosi il terzo operatore nell'Horeca con il 9,5% di quota di mercato (secondo al nord con il 17,5%).

E proprio il buon risultato nella ristorazione è la più significativa testimonianza della capacità di mantenersi fra le realtà ai vertici del mercato e di investire con passione in questo settore. Lo dimostra la "Carta delle acque", il ricco carnet che presenta ben cinque proposte riservate in esclusiva alla ristorazione.

Diverse per design, stile ed eleganza delle bottiglie, ma uguali per la qualità del contenuto: solo acque di alta quota. Dall'elegante leggerezza della bottiglia **Daggio Elegance** all'esclusività della **Lynx Special**, dai virtuosismi dell'**Acquachiara Onda** al prestigio della **San Fermo Liberty White**, dalla verde freschezza della **Ducale Liberty Green** all'eccellenza della versione **White**, i ristoratori possono ritrovare nell'ampia scelta Norda l'opportunità di conquistare e fidelizzare i propri clienti con stile e con la certezza di proporre acque oligominerali perfette per abbinarsi con ogni piatto o ricetta. Il passaggio fra il 2009, anno del quarantesimo, e il 2010 vede Norda impegnata in un'altra sfida imprenditoriale importante: l'ingresso nel mercato delle bevande piatte (tè, nettari e succhi). Questo grazie al nuovissimo impianto "in asettico" Krones, con potenzialità di 18mila bott./ora, installato presso lo stabilimento di Primaluna (Lc).



Carlo Pessina, amministratore delegato Norda

Con l'avvio degli impianti, il gruppo della famiglia Pessina entra infatti nel mercato delle bevande piatte, settore particolarmente ricettivo e con margini di manovra interessanti. Un traguardo ancora più significativo perché raggiunto subito con un prodotto a marchio: il **tè Norda**, nella versione al limone, alla pesca e verde (*nella foto Norda XTè*). Il primo di una serie di prodotti realizzati con gli stessi standard qualitativi che da sempre distinguono le acque oligominerali di montagna Norda. Prodotto in ambiente asettico, rigorosamente senza contaminazioni batteriche, e in acqua minerale naturale, il tè è la prima proposta di un



San Fermo Liberty White



Ducale Liberty Green



Ducale Liberty White

progetto imprenditoriale e di marketing che unisce natura e tecnologia. Un'efficienza d'impianto che garantisce a Norda la possibilità di imbottigliare in totale automatismo sia prodotti con marchio proprio sia per conto terzi. Anche da questo punto di vista sono in arrivo grosse novità, destinate a fare entrare Norda in business internazionali nel beverage.

Notorietà e autorevolezza

Il ristoratore che propone Norda ha la certezza di servire e portare in tavola un marchio conosciuto e apprezzato dalla clientela, grazie anche all'impegno di comunicazione che vede l'azienda sviluppare progetti di visibilità in diversi campi e settori. La "brand reputation" di Norda è il risultato di un lavoro di visibilità e promozione d'immagine che non conosce soste e che coinvolge molti mezzi e strumenti, oltre ad essere affiancato da un costante lavoro di relazioni pubbliche e ufficio stampa. Norda ha privilegiato un modo di comunicare coerente con i valori del suo prodotto, che sono concreti e leggibili in etichetta. Per questo ha puntato sul tema dell'alta montagna, della sensibilità verso l'ambiente, della salute e del benessere: quest'ultimo argomento comunicato in modo serio e responsabile. Per quanto riguarda notorietà e credito pubblico, Norda è da oltre 40 anni appassionata sostenitrice delle attività sportive. Ha riconfermato nel 2010 la sua collaborazione con Foppapedretti volley club, la squadra bergamasca regina d'Europa, diamante del volley italiano. Questa sponsorizzazione è uno degli esempi che dimostrano la capacità aziendale di conciliare in modo strategico l'interesse di marketing con la propria notoria passione per lo sport e il benessere: valori che si riflettono nella purezza delle proprie acque, eccellenti sia per l'alimentazione dei bambini sia per chi pratica sport ad alto livello.



Lo si nota anche nell'impegno nel settore calcistico: è l'acqua minerale più presente in serie A. Infatti è nuovamente l'acqua "ufficiale" del Milan, accompagnando i Rossoneri nelle tante sfide a livello nazionale e internazionale. Collabora anche con la Sampdoria, squadra che sta stupendo il campionato per agonismo. Il marchio è presente sul campo genovese Luigi Ferraris e lo fa in modo molto importante: l'intera panchina della Sampdoria è vestita Norda. Beve Norda anche il Livorno calcio, una delle squadre più seguite dentro e fuori lo stadio Armando Picchi. Ma non è tutto. Anche il Bari calcio beve Norda: una sponsorizzazione a sud, dove l'azienda desidera essere sempre più distribuita e apprezzata dai ristoratori e dalla loro clientela. *cod 14088*

Da Twinings e Norda la novità dell'estate

Con oltre 500 milioni di litri bevuti ogni anno, l'Italia si assesta tra i primi Paesi per consumo di tè freddo. Twinings e Norda lanciano sul mercato il tè freddo ai gusti di limone e pesca. Twinings Iced Tea riesce a bilanciare il gusto della frutta all'aroma e al profumo del tè, dando vita a un prodotto dal profilo unico. *cod 14261*



Norda Spa
via Provinciale 1, 23819 Primaluna (Lc)
Tel 0341 916111 - Fax 0341 980010
www.norda.it





L'Anag contro la legge dei "maestrini distillatori"

di Lucio Piombi

La lotta è davvero difficile e anche in questa occasione non si riesce a capire come certi personaggi politici non privilegino la tutela della salute piuttosto che un pugno di voti e continuino a proporre provvedimenti non solo inutili, ma anche dannosi per il nostro buon nome. Le pressioni di "Italia a Tavola" e del suo direttore Alberto Lupini, dell'Istituto nazionale della grappa e del suo presidente Cesare Mazzetti, di tutti i distillatori che raccolgono milioni e milioni di fatturato e pagano enormi somme all'erario non servono a far capire che la ripresentazione di un disegno di legge (ci riferiamo al n. 1839 del 23 ottobre 2009) proposto con inutili e solo formali modifiche dai senatori della Lega Nord Enrico Montani, Gianpaolo Vallardi e Sergio Divina non è che una brutta copia di quello precedente, meglio noto come viatico per le grappe "fai da te".

Il presidente nazionale Anag Silvano Facchinetti, grazie alla sua alta conoscenza tecnica della materia, si è lungamente espresso qualche mese fa sui pericoli che l'approvazione di una legge di quel tipo creerebbe per la salute di tutti ed è evidente che non nuocerebbe solo ai distillatori, che vedrebbero il mercato invaso da migliaia di grappe artigianali a bassissimo prezzo (visto che verrebbero prodotte senza controlli né igienici né tecnici e senza versare le dovute tasse), ma nuocerebbe soprattutto al buon nome della grappa, unico distillato, o bevanda spiritosa che dir si voglia, unicamente italiano. È proprio il caso di dire: "Povera Italia!".

L'Anag invita i propri iscritti, sparsi per tutta Italia e che stanno crescendo di numero di mese in mese, a sottoscrivere la pericolosità di quel disegno di legge.

Non dimentichiamo che i controlli da parte di funzionari Asl e Agenzia dogane, che quel disegno prevede solo sulla carta, non potranno mai essere compiuti, poiché quei funzionari sono pochissimi e la tassa forfettaria di 50 euro, prevista per ogni "maestrino" che potrebbe produrre 50 litri di grappa, prenderebbe il posto (1 euro al litro) di quella che i distillatori devono attualmente pagare (8 euro al litro più Iva) e sarebbe quindi un grosso danno anche per l'erario.

Quindi le modifiche al precedente disegno sono solo formali e inutili, e anche noi ci uniamo a far pressioni sul ministero delle Politiche agricole e su tutta la classe politica perché non permetta di istituzionalizzare questi enormi rischi per la salute dei consumatori di grappa: piccole quantità sì, ma non veleni! Sarebbe davvero inutile la lotta all'alcolismo che l'Anag porta avanti con cura, passione e convincimento, se poi si autorizzasse chiunque a produrre centinaia e centinaia di litri di grappa senza nessuna garanzia per la salute di chi la beve. Sentiamoci quindi tutti uniti contro i "maestrini distillatori". *cod 14147*

Distillazione clandestina in Trentino

L'Istituto di tutela della grappa del Trentino torna sulla questione della grappa "fai da te" in seguito alla recente denuncia di un cittadino di Monte Terlano (Tn) che distillava clandestinamente vinacce in quantità sicuramente non per uso personale.

«Questo episodio conferma la pericolosità di questa proposta di legge - spiega il presidente **Beppe Bertagnolli** - nei confronti della quale siamo stati fin da subito contrari sia come Istituto che come produttori di grappa. Esiste già una legge che permette a un'azienda agricola, anche di piccole dimensioni, di ottenere il permesso per distillare fino a 300 litri per consumo interno. Permettere però a tutti di poterlo fare senza controllo sarebbe davvero un messaggio negativo, oltre che un rischio per la salute». *cod 14299*

Acquavite Italia

Chiude i battenti con 15mila presenze *Exploit* anche dei prodotti esteri



Si sono spenti i riflettori sulla 3ª edizione di Acquavite Italia, mostra mercato nazionale del distillato svoltasi a Perugia. Evento patrocinato dal ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, dalla Regione Umbria, dall'assessorato allo Sviluppo economico e turismo del Comune di Perugia, dall'Istituto nazionale grappa e dall'Associazione nazionale assaggiatori grappa e acquaviti, ha riunito oltre 30 stand in rappresentanza di più di 60 distillerie. Presenza, per la prima volta, di prodotti esteri e consorzi del centro America con rum, whisky, cognac e altre pregiate tipologie di acquaviti provenienti da ogni parte del mondo. L'organizzazione ha stimato la presenza di circa 15mila visitatori tra cui molti operatori del settore enologico e gastronomico.

Particolare cura è stata rivolta quest'anno all'allestimento delle sale arredate, oltre che con gli stand, anche con composizioni floreali e benjamin, kenthie, primule e orchidee, curate dalla Bottega del fiore di Stroncone (Tr) di Gabriela Faina, che hanno riscosso ammirazione e successo presso tutti standisti e visitatori. I distillati in degustazione libera sono stati oltre 500, il pubblico ha dimostrato maggiore interesse per le grappe invecchiate e i rum.

Da citare "Un giro di grappa", tour guidati tra gli stand con degustazione gratuita e descrizione dei vitigni, dei territori e delle storia che hanno contraddistinto negli anni la distillazione italiana. Per gli amanti dell'enogastronomia sono state organizzate le "Cene di fuoco" e per quelli del sigaro Toscano appuntamenti a tema presso il Caffè di Perugia.

«Siamo molto soddisfatti - ha detto **Ennio Baccianella**, portavoce della manifestazione - in quanto Acquavite Italia è diventato l'appuntamento da non perdere dedicato ai distillati, a cui si guarda con fiducia al futuro. Per il prossimo anno miglioreremo ancora e possiamo già dare il periodo di svolgimento, che sarà dal 28 al 30 gennaio 2011. Siamo ottimisti sulla riuscita della 4ª edizione in quanto già 15 aziende, che hanno partecipato all'edizione appena conclusasi, hanno confermato la loro presenza per il 2011». *cod 14082*



Prodotti friulani, apprezzatissimi le eccellenze degustate in fiera

di Daniela Markovic

All'interno del programma di eventi collaterali di Acquavite Italia si è distinto l'incontro "Impariamo l'arte della degustazione: il resentin", l'usanza di degustare un po' di grappa nella tazzina dove si è appena bevuto il caffè sfruttandone la temperatura e lo zucchero residuo per ammorbidire il distillato. Tradizione di origine veneta che poi si è espansa. In Friuli il "resentin", nonché il "caffè corretto", si usa molto e sono convinta che le tradizioni, gli usi e i costumi debbano essere salvaguardati.

La regione Friuli è stata ben rappresentata dalla Distilleria Tenuta Villanova di Villanova di Farra (Go), dalla Bepi Tosolini di Marsure di Povoletto (Ud) e dal Gruppo Caffo - Distilleria Friulia di Pasian di Prato (Ud). La storica Distilleria Tenuta Villanova offriva in degustazione i suoi nettari: Grappa Val di Rose, Grappe di Pignolo, di Moscato e di Malvasia Istriana e Distillato di Traminer. La Distileria Bepi Tosolini proponeva il Most (*nella foto*) e la linea I Legni. Coloratissima l'esposizione Distilador del Friul con la collezione "Frì" di Grappe Monovitigno. *cod 14218*



Abbinamenti doc

"Grappino" è ideale per il flambé Piace il nuovo distillato Bertagnolli

La 34ª edizione di Expo Riva Hotel, tenutasi da domenica 31 gennaio a mercoledì 3 febbraio 2010 a Riva del Garda (Tn), ha registrato una grande partecipazione di pubblico e da operatori del settore, interessati sia alle novità proposte dai numerosi espositori del settore wellness e food&beverage sia agli eventi in calendario per la ristorazione. La Distilleria G. Bertagnolli ha proposto in degustazione la nuova linea de "Le Grandi Invecchiate", tra le quali sono state molto apprezzate per la morbidezza e l'intensità dei profumi Riserva 1870 e Grappa di Amarone invecchiato. La cremosità e la delicatezza del nuovo liquore Cho' Williams ha conquistato le numerose signore presenti per i corsi di cucina proposti nell'area Gestor. In particolare, il momento dedicato alla riscoperta della cottura flambé ha visto come protagonista il "Grappino Bertagnolli", utilizzato per caramellare le crêpes alla mela trentina dal maître dell'anno 2009 **Ignazio Zaccone** (*nella foto*), evento presentato e diretto dal presidente Amira Giovanni Cassanelli. *cod 14107*

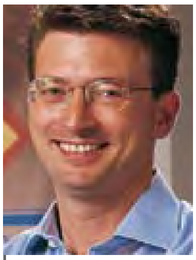


Distilleria G. Bertagnolli
via del Teroldego 11/13, 38016 Mezzocorona
(Tn) - Tel 0461 603800 - Fax 0461 605580
www.bertagnolli.it

"SPIRITO DI DONNA", GRAPPA TRENTINA AL FEMMINILE
A Milano si è svolta la serata "Spirito di donna" a promuovere l'importante presenza femminile nel mondo dei distillati trentini e completata da una degustazione guidata. Con la partecipazione di 4 donne che hanno raccontato la loro esperienza: Livia Bertagnolli, Maddalena Cappelletti, Anna Merzadro e Camilla Lunelli. **(M.F.)** *cod 13907*

UN CORO DI MANI BIANCHE AI PREMI NONINO - Inedita sinergia quella tra "Manos blancas" e i Premi Nonino. Per la prima volta in Europa ha debuttato, tra alambicchi fumanti, il coro friulano ispirato all'iniziativa di Naybeth Garcia di fondare un gruppo di artisti-bambini per strapparli alla violenza, alla povertà e alla vita di strada. Consegna dei riconoscimenti si è svolta nella cornice festosa alle distillerie Nonino. Sul palco la famiglia Nonino al gran completo per brindare ai 25 anni dell'Acquavite d'uva con il gioiello Ue Riserva 25th Anniversary. **(E.A.)** *cod 14209*

Dalle Fiandre arrivano i segreti della Geuze



Enrico Rota
Responsabile vendite 4R di Torre de' Roveri (Bg) ci guida nel mondo della birra

di Enrico Rota

Il Lambic si incontra nel Sud-Ovest della regione bruxellese, nel "Pajottenland". Il suo nome proviene, del resto, dalla località di "Lembeek", localizzata nella zona di produzione della birra. Questa città disponeva di una gilda di birrai già nel XIV secolo, che utilizzava la fermentazione spontanea e forniva le sue birre a Bruxelles. Al contrario delle birre a bassa fermentazione (lager e pils) e alta fermentazione (birre speciali, trappiste, etc.), il birraio non ha bisogno di porre lievito nel mosto. Lieviti selvatici, presenti nell'aria, si trovano automaticamente nelle vasche per iniziare la fermentazione. Dopo



la trasformazione dell zucchero in mosto, quest'ultimo viene raffreddato nel granaio della birreria sotto un tetto aerato, in una larga vasca in ottone, aperta e poco profonda.

Avviene allora il fenomeno della fermentazione spontanea: micro-organismi presenti nella regione bruxellese, le *Brettanomyces Lambicus* e *Brettanomyces Bruxellensis* provocano la fermentazione (trasformazione dello zucchero in alcol). Una volta raffreddato, il mosto è posto in fusti di quercia dove maturerà durante almeno due estati. Il lambic può essere bevuto subito dopo la sua fabbricazione, ma serve prima di tutto come base delle "*gueuze*" (o "*geuze*"). Per fabbricare la *gueuze* il birraio deve disporre di diverse mescolanze di *lambic*. La *gueuze* è il risultato di una miscela di vari *lambic* di anni precedenti. Il birraio li fa passare da un fusto all'altro per poi rifermentare in bottiglia. Oggi alcuni produttori hanno aggiunto una certa quantità di zucchero per addolcire e rendere la birra più attraente al pubblico. A causa della sua carbonatazione, questa birra viene chiamata "Bruxelles Champagne", anche perché viene messa in bottiglie da 37,5 cl (come la mezza bottiglia di Champagne). *cod 14173*

La **Quattroerre srl** organizza corsi di spinatura di un giorno riservati ai gestori di pubblici esercizi. Il costo del corso è di 120 euro. Per info: Tel **035 580701** **enrico@quattroerre.com**



Amarone 2006

Elegante e pronto per la tavola Anteprima con 66 produttori

Si rinnova per il sesto anno consecutivo l'appuntamento di "Anteprima Amarone", l'iniziativa organizzata dal Consorzio di tutela vini Valpolicella in collaborazione con la Camera di commercio di Verona, la Banca Popolare di Verona, Veronafiere e con il contributo del ministero delle Politiche agricole, per presentare l'annata di Amarone della Valpolicella che entra in commercio quest'anno. Un vino che si caratterizza nell'annata 2006 (in base alle 66 cantine degustate al Salone Margherita della Fiera di Verona) per una raffinata piacevolezza che, anche se in alcuni casi un po' tendente al dolce, ne fa un prodotto già pronto per essere portato in tavola.



«Si tratta per i produttori della nostra denominazione di un appuntamento di estrema importanza - ha spiegato il presidente del Consorzio di tutela vini Valpolicella, **Luca Sartori** (*nella foto*) - in quanto abbiamo l'occasione non solo di presentare al meglio la punta di diamante della nostra produzione enologica, l'Amarone della Valpolicella, ma al tempo stesso di avere un dialogo con i maggiori esperti».

«Questa edizione di Anteprima Amarone, inoltre - ha proseguito Sartori - rappresenta per noi una fondamentale opportunità per comunicare lo straordinario risultato del conseguimento della Docg per l'Amarone che consacra definitivamente il nostro grande vino nell'olimpo dell'eccellenza enologica mondiale. L'assenza della "g" per l'Amarone della Valpolicella ha in questi anni rappresentato una sorta di paradosso dell'enologia internazionale. Non era spiegabile l'assenza della Denominazione di origine controllata e garantita per un vino che da anni viene considerato uno dei più grandi rossi al mondo. Il nostro Consorzio, comunque, da tempo aveva garantito l'assoluta tracciabilità delle produzioni di Amarone con l'obbligatorietà della fascetta dello Stato su tutte le bottiglie prodotte».

Secondo le indiscrezioni uscite dalla commissione del Consorzio, il 2006 ha caratteristiche interessanti, ma diverse dal 2005, che evidenziano il segno del territorio rispetto al metodo di produzione. Il bilancio di mercato del 2009 è soddisfacente: nonostante il rallentamento delle vendite nel periodo iniziale dell'anno, i mesi successivi hanno dato risultati migliori rispetto al 2008. Un'ottima notizia per tutti i produttori che avevano deciso di autoridurre la quantità di uve a riposo





L'annata allo specchio

Il 2006 viene ricordato come un'annata viticola con un clima altalenante. La vendemmia per l'Amarone e il Recioto della Valpolicella è stata caratterizzata da tempo sereno, che ha consentito di mettere a riposo uve a maturazione completa. Ne è derivato un Amarone di grande variabilità stilistica e territoriale. Per una lettura approfondita della valutazione dell'annata da parte dell'agronomo Nicola Bottura visitare il sito **www.italiaatavola.net** digitando *cod 13986*. Per saperne di più, invece, sul profilo enologico, illustrato dall'enologo Daniele Accordini, accedere al sito e digitare *cod 13987*.

destinate all'Amarone del 30% per mettersi al riparo da sovrapproduzioni e conseguenti cali di prezzo.

Il 2009 sarà ricordato per due tappe importanti. Il conseguimento della Denominazione di origine controllata e garantita per l'Amarone, vino tra i più grandi dell'enologia italiana (e anche per il Recioto della Valpolicella) e per l'ambito riconoscimento di "Regione Vinicola dell'anno 2009" dall'autorevole rivista americana Wine Enthusiast. L'importante premio è stato poi consegnato il 25 gennaio nelle mani di Luca Sartori, presidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella, alla New York Public Library. «Si tratta di un riconoscimento per tutta la denominazione - ha detto Sartori - che premia non solo il territorio con i suoi vini, ma anche la capacità degli imprenditori, i loro investimenti sia in vigneto che in cantina per migliorare la qualità. Crediamo che questo premio ci aiuterà sia nella lotta alle frodi e alla contraffazione, sia a darci migliore visibilità sui mercati anglofoni su cui puntiamo per la promozione nell'immediato futuro».



Prima valutazione: elegante e morbido

Per passare a un'analisi dell'annata in bottiglia va detto che il 2006 è caratterizzato da una morbidezza dovuta all'azione della botrite e da zuccheri abbastanza elevati che il vino o mantiene, ed è dolce, o li trasforma in alcol e sale di gradazione. Teniamo conto che sui 66 vini presentati in fiera in degustazione, il residuo zuccherino medio è di 7,50 grammi/litro (con punte di 11,41) mentre la media del grado alcolico è fra le più elevate degli ultimi anni, fra i 15,6 e i 15,8 circa e poi 15,81 gradi di alcol, che non è certo poco. Bassa acidità, malolattica ben sviluppata e un elevato Ph rendono ulteriormente piacevole il vino, forse fin troppo per chi preferisce un Amarone più da pasto che da meditazione. Di fatto è "quasi" già pronto da bere a tavola e con forse poca propensione all'invecchiamento. Ma in ogni caso capace di farsi bere un po' più che solo nelle occasioni ufficiali. *cod 13985*

Amarone della Valpolicella Doc Classico 2006 *Scriani*

Uvaggio: 60% Corvina, 20% Corvinone, 20% Rondinella
Vinificazione: in tini di legno troncoconici da 50 hl
Invecchiamento: 18 mesi in barrique nuove, 8 mesi in botti grandi di rovere
Affinamento: 6 mesi in bottiglia
Colore: rosso rubino carico tendente al granato
Profumo: molto pulito, di frutti e bacche, marmellata e ciliegie sotto spirito
Sapore: vaniglia, spezie, liquirizia e mandorle amare
Longevità: oltre 10 anni
Gradi: 16,5% vol.
Servire a: 18-20°C
Acidità totale: 5,6 g/l
Abbinamenti: piatti robusti, selvaggina e carni rosse in genere



Azienda agricola Scriani
via Ponte Scrivan 7, 37022 - Fumane (Vr)
Tel 045 6839251 - Fax 045 6801071
www.scriani.it

Amarone della Valpolicella Doc Classico Tenuta Lena di Mezzo *Monte del Frà*

Uvaggio: 80% Corvina veronese e Corvinone, 20% Rondinella
Vinificazione: fermentazione lenta con lunga macerazione, fermenta e poi riposa in botti di rovere francese per 24 mesi
Affinamento: 8 mesi in bottiglia
Colore: rosso rubino carico con note granata
Profumo: ciliegie sotto spirito, amarene, prugne, liquirizia e cuoio. Pepe, cannella e sottobosco
Sapore: elegante, armonico, vellutato ma anche robusto, complesso, asciutto, ricco e austero
Longevità: 10-30 anni
Gradi: 15% vol.
Servire a: 18-20°C
Acidità totale: 5,5 g/l
Abbinamenti: ideale con selvaggina e arrosti, formaggi stravecchi e con la cucina orientale



Azienda agricola Monte del Frà
strada per Custoza 35, 37066 - Sommacampagna (Vr) - Tel 045 510490 - Fax 045 8961384 - www.montedelfra.it



Premiato in tutto il mondo, il Chianti non sente la crisi

Pochissime parole per spiegare il Chianti classico: «Qui non si vuole parlare di crisi, si lavora per puntare alla qualità». Con questo breve intervento di **Marco Pallanti** (*nella foto sotto*), presidente del Consorzio vino Chianti Classico, si apriva lo scorso febbraio la tradizionale "due giorni" dedicata al Gallo nero. La presentazione del lavoro di un anno ai massimi esperti del settore, un'occasione unica per conoscere a fondo una denominazione, le sue etichette e le ultime novità da uno dei territori vinicoli più importanti del mondo. Si è degustata l'anteprima delle annate 2009, 2008 e della Riserva 2007. Tutto questo è stata la Chianti Classico Collection, uno dei principali appuntamenti dell'agenda vitivinicola internazionale.



La "Collection" 2010 è nata sotto i migliori auspici legittimati dalla critica internazionale che ha consacrato il Chianti classico nell'olimpo dell'enologia mondiale, come la rivista americana "Wine Spectator" che ha premiato al 5° posto dei migliori 100 vini del mondo il Chianti classico Castello di Brolio (altre 5 le etichette del territorio del Gallo Nero tra i primi 35 posti), o i 50 Chianti classico 2005 e 2006 con punteggi superiori a 90 punti nella rivista "Wine Advocate" di Robert Parker.

Risultati che premiano la svolta verso la qualità che i produttori del Chianti classico hanno sposato ormai da diversi anni e che aumentano la curiosità per questo evento dove sono state presentate, oltre alle anteprime di una vendemmia 2009 dalle grandi promesse, le ultime annate da poco immesse sul mercato: i vini di ben 140 aziende, per un totale di 350 etichette e 60 anteprime da botte della vendemmia 2009. Tante le novità di quest'anno per uno dei vini toscani più conosciuti. Tra queste va di certo menzionato quello che viene già definito "divorzio alla chiantigiana", un provvedimento legislativo che il territorio del Chianti classico aspettava da molto tempo: nei vigneti collocati nel territorio del Gallo nero non sarà più possibile produrre Chianti bensì solo Chianti classico.

«Dopo 78 anni si è riusciti a trovare una soluzione che separa il Chianti Classico dal Chianti - spiega **Giuseppe Liberatore** (*nella foto a destra*), direttore del Consorzio vino Chianti classico - rompendo un cordone ombelicale tra due vini distinti senza battaglie legali o soluzioni non unanimemente condivise, ma con la consapevolezza reciproca delle proprie differenze e delle proprie originalità. Un fatto che può essere definito decisamente come storico».

Tornando all'evento, come da tradizione il primo giorno è stato dedicato alla stampa nazionale e internazionale, mentre il secondo ha visto anche la partecipazione degli operatori del settore che hanno incontrato i produttori, testando le diverse etichette in degustazione. Anche se il vino è stato, è e sarà sempre il protagonista, la "Collection" è teatro di numerose iniziative trasversali. Infatti, è stata presentata la nuova collezione Chianti classico Lifestyle, firmata dal Consorzio vino Chianti classico.



I prodotti della linea del merchandising del Gallo nero sono stati esposti "dal vivo" nel foyer della stazione Leopolda di Firenze, oltre a essere i protagonisti di una campagna curata dal fotografo Gianluca Maver, attraverso una serie di soggetti che li ritraggono in maniera ironica in cartoline da collezione, a disposizione del pubblico della manifestazione. *cod 14198*

4 stelle per il Brunello 2005 Vendute 7 milioni di bottiglie

Debutto per l'annata 2005 del Brunello di Montalcino, che ha ricevuto il rating di 4 stelle, in occasione di Benvenuto Brunello. «È stata una vendemmia di buon livello - ha spiegato il presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino **Patrizio Cencioni** (*nella foto*)- nonostante le quantità di uve raccolte e vinificate abbiano registrato una contrazione del 15% rispetto al 2004». Grande interesse anche per il Brunello Riserva 2004, che circa 70 produttori di Montalcino hanno deciso di produrre cavalcando l'ottima annata e promettendo risultati eccellenti. L'annata 2004, infatti, aveva ricevuto il massimo della valutazione con cinque stelle, colori bellissimi e gradazioni superiori e ottenute con il raggiungimento di una perfetta maturità dei polifenoli.



Intanto il distretto di Montalcino ha chiuso positivamente il 2009: nonostante la difficile congiuntura economica, il Brunello tiene nei mercati di tutto il mondo, confermando le proprie posizioni nei principali Paesi di riferimento. Dei 7 milioni di bottiglie commercializzate nel 2009, ben il 60% è stato venduto sui mercati internazionali: se il 25% dell'export è destinato agli Stati Uniti, buoni risultati di vendite si sono registrate in Germania, Svizzera, Canada, Inghilterra e Giappone.

Ma accanto ai "big spender" si fanno strada nuovi mercati emergenti: il Brunello trova conferme nel nord Europa, con Svezia e Danimarca in testa, e nell'est Europa, in Russia e Polonia. In America Latina la prima destinazione del Brunello di Montalcino è il Brasile, mentre crescente interesse viene registrato in Messico. Bene anche il mercato asiatico, con in testa la Corea, seguita da Cina e India. Tra gli altri mercati da segnalare anche la ricca Dubai, dove il Brunello è richiesto nei ristoranti di estremo lusso. Proprio per incentivare le vendite in Estremo Oriente, Il Consorzio del vino Brunello di Montalcino realizzerà iniziative a Hong Kong, Shanghai e Tokio già dal prossimo autunno.

«In questo momento di grande impegno - ha concluso Cencioni - registriamo con soddisfazione le previsioni per un'ottima vendemmia 2009, che potrà permetterci di mantenere la nostra forza sui mercati per continuare a proporre Montalcino, nel panorama internazionale, come un "classico assoluto" dell'enologia toscana e italiana».Grande ottimismo, quindi. I dati rilevati danno delle indicazioni confortanti: dal 1 gennaio al 31 dicembre 2009 è stata registrata la cessione di 7 milioni 180 mila fascette per il Brunello di Montalcino, contro le 6 milioni 850 mila dello stesso periodo del 2008, per un aumento del 4,82%. Lo sforzo dei produttori, quindi, sta dando risultati positivi.

Un'annata ottima, dunque. A presentarne le caratteristiche è stato l'enologo **Paolo Vagaggini** che ha sottolineato «la difficoltà di giudicare l'annata a pochi mesi dalla vendemmia con le fermentazioni non ancora finite del tutto. Nonostante le mie 35 vendemmie mi stupisco ancora come una vendemmia non è mai uguale all'altra con delle differenze significative. Ho notato un ciclo decennale che evidenza delle peculiarità simili a dieci anni di distanza. Ad esempio l'annata



1997 e quella del 2007 sono state abbastanza simili con clima asciutto e secco con vini subito pronti e fruibili dai tannini levigati, l'unico dubbio è la loro tenuta nel tempo. Le due annate 1997 e 2007 erano a 5 stelle».

Dal 1992 il Consorzio del vino Brunello di Montalcino fa realizzare una piastrella celebrativa, da apporre sul muro del palazzo comunale di Montalcino, a personaggi del mondo dell'arte, dello sport, dello spettacolo, sia italiani che stranieri, per celebrare l'annata di riferimento del rosso toscano. Quella del Brunello di Montalcino 2009 è stata realizzata dagli autori di "The Drops of God" (Le gocce di Dio), un popolarissimo fumetto manga giapponese che parla di vino, creato e scritto da Tadashi Agi (pseudonimo che rappresenta il team dei fratelli Yuko e Shin Kibayashi), diventato un grande successo mondiale. **(P.G.)** *cod 14257*



Il Nobile stupisce ancora Con un 2009 “al massimo”

Quattro stelle è la valutazione dell’annata 2009 del vino Nobile di Montepulciano. Così il presidente del Consorzio, **Federico Carletti** (*nella foto*), ha annunciato la valutazione della commissione di assaggio: una grandissima qualità, solo qualche dubbio sulla longevità. Una valutazione vicina all’eccellenza (il voto più alto è 5 stelle), identica a quella attribuita alla vendemmia 2008 quando, nonostante la sfida con il clima, le uve a Montepulciano avevano reagito bene.



«Un’altra grande annata per il nostro vino» ha affermato Carletti. «A Montepulciano i produttori di vino Nobile hanno ancora una volta saputo dimostrare che saper fare il vino è un’arte: legando questa alla conoscenza e alla tradizione di cui godiamo, il prodotto finale non può che essere di grande qualità e proprio su questa si deve basare il nostro valore aggiunto nei mercati internazionali, sempre più difficili da penetrare. Devo dire che in questi anni siamo riusciti ad abbinare all’eccellenza del prodotto la cultura, la tradizione, la qualità della vita della nostra città affinché i vini possano trasmettere oltre a tutte le emozioni del territorio di origine». «Per me potevano essere quattro stelle e mezza - ha proseguito. Annata bizzarra, quella del 2009, calda ma che ha permesso di avere uve sane che si sono sfruttate al massimo»: questo il commento di Ugo Pagliati, l’enologo della cooperativa “Vecchia cantina” di Montepulciano, che ha presentato l’annata 2009.

Carletti, alla fine del suo breve mandato di presidente del Consorzio, si dice ottimista sul futuro del Nobile. Un prodotto originale ed eccellente, motivo di coesione tra i soci, oggetto di decisioni difficili relativamente a controlli, promozioni, disciplinari e investimenti nelle cantine e nei vigneti, ma che stanno dando i loro frutti. Interessante la sinergia tra 4 importanti consorzi italiani: Nobile di Montepulciano, Brunello di Montalcino, Chianti classico e Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore. Decisione importante anche l’investimento nella ristrutturazione della Fortezza Medicea, in cui verrà realizzata l’enoteca consortile, la nuova sede del Consorzio del vino Nobile di Montepulciano.



Nella degustazione dell’annata 2009 sono stati esaminati due campioni da botte: sul primo campione abbiamo riscontrato un’acidità pronunciata; il secondo era più rotondo, ma al naso si avvertiva una mancanza di profumi. Tannini non aggressivi. Un’annata che deriva da una stagione caratterizzata “pazzerella”, pertanto i vini ottenuti sono caratterizzati da gradazioni alcoliche alte, acidità al termine delle malo-lattiche medio basse e pH tendenzialmente alti. Il contenuto di polifenoli è medio e i punti di colore anche. **(P.G.)** *cod 14228*



IL NOBILE IN CIFRE

16.500 ettari estensione totale del territorio

1.963 ettari estensione vigneti di cui 400 Chianti colli senesi

90 imbottigliatori, di cui 70 soci consortili

56.000 ettolitri produzione media annua del vino Nobile

8 milioni bottiglie immesse sul mercato

17.000 ettolitri produzione media di Rosso di Montepulciano



Presentata la Vernaccia 2009 Annata difficile ma versatile

di Ezio Zigliani

Febbraio ha portato il consueto doppio appuntamento organizzato dal Consorzio della denominazione di San Gimignano: l'Anteprima della Vernaccia e la 5ª edizione del ciclo "Il vino bianco e i suoi territori", con la degustazione "La Vernaccia incontra il Pouillyu-Fuissé". Al confronto, condotto da Giampaolo Gravina - vicecuratore della Guida I Vini d'Italia de L'Epresso - con i vini francesi del Pouilly-Fuissé erano presenti i produttori Fabio Montrasi (trapiantato in Francia con la moglie) della cantina Chateau des Rontets e Philippe Valette di Domaine Valette. Un confronto che non voleva guadagnare il sapore della sfida, ma il profumo del confronto: ai sei vini dei tre produttori francesi sono seguite nella degustazione altrettante Vernaccia di San Gimignano: Cappella Sant'Andrea Rialto 2007, Tenuta Le Calcinaie Riserva Vigna ai Sassi 2006, Fontaleoni Vigna Casanuova 2005, San Quirico Riserva Isabella 2004, Poggio Alloro Le Mandorloe 2006 e Panizzi Riserva 2002. E così, dalla costruttiva comparazione che ha evidenziato una certa qualità della Vernaccia nel faccia a faccia con i bicchieri dei cugini francesi, è emerso che i vini della Cantina Chateau des Rontets possono definirsi di "rilancio alla beva" e che anche i bianchi (come nel caso dei vini, annate 1993 e 1998, della Cantina Domaine Guffens-Heynen) sanno migliorare con il tempo. Sorprendente invece il dinamismo del Virè-Clessé 2003 di Domaine Valette che ha visto sparire gli ostacoli iniziali per guadagnare autorevolezza rispetto al primo assaggio.



«Quella del 2009 - ci ha spiegato **Walter Sovran** (*nella foto, a sinistra*), direttore del Consorzio denominazione San Gimignano, friulano, da oltre vent'anni in Toscana - è stata un'annata che ha avuto qualche difficoltà dal punto di vista agronomico e meteorologico. Il mese di agosto, molto secco, aveva fatto pensare a una vendemmia anticipata con un calo repentino delle acidità. Invece il tempo si è rinfrescato ed è cambiata la situazione. Questo ha comportato qualche conseguenza: chi si è trovato nelle zone dove l'acqua scarseggiava ha vendemmiato subito e chi, per organizzazione, ha atteso oltre e si è trovato con un prodotto, in raccolta, diverso da quello raccolto prima. In pratica è possibile trovare vini con caratteristiche diverse».

E per il futuro? Cosa dovremo aspettarci? «Lo studio e l'approfondimento - ha risposto **Letizia Cesani** (*nella foto, a destra*), neopresidente del consorzio - hanno rappresentato e rappresentano lo spunto per andare avanti. Per noi è importante poterci confrontare partendo anche dalle analisi della vigna. Una delle nostre iniziative è stata quella di coinvolgere il produttore anche in un processo di divulgazione didattica partendo dal concetto di agricoltura sostenibile e toccando anche altre forme di coltura».

cod 14183



Il Soave ritorna alle origini Nuove regole nel disciplinare



È un vero e proprio ritorno alle origini per il Soave, in seguito alla recente modifica del disciplinare. Il Soave Superiore Docg e il Recioto di Soave dalla vendemmia 2010 potranno essere prodotti esclusivamente con vitigni storici quali la Garganega e il Trebbiano di Soave, vengono quindi esclusi lo Chardonnay e il Pinot bianco. Quest'ultimo non potrà inoltre essere utilizzato come vitigno base del Soave Doc. In vigna saranno ridefiniti i sistemi di allevamento con il recupero della pergola soavese con la tradizionale apertura nell'interfilare. Le nuove tendenze di consumo più orientate a vini freschi e fruttati hanno suggerito una ridefinizione degli estratti fissandoli a 17 grammi/litri per il Soave classico e Colli Scaligeri e a 19 grammi/litro per il Soave Superiore Docg. Nell'ambito del Soave Superiore è anticipata l'immissione al consumo al 1° aprile mentre per la tipologia Riserva la data di commercializzazione è stata individuata nel 1° novembre. In entrambi i casi è stato tolto l'obbligo dell'affinamento in bottiglia. Le nuove regole vanno quindi sostanzialmente a ridefinire un prodotto dalla forte identità territoriale ma con un più marcato orientamento alle moderne tendenze di consumo.

«Le nuove regole - ha detto **Arturo Stocchetti** (*nella foto*), presidente del Consorzio di Soave - giungono in un momento particolarmente significativo per la denominazione. Sul fronte produttivo i dati vendemmiali 2009 confermano un sostanziale nuovo equilibrio tra domanda e offerta, dovuto sia alla costante azione di monitoraggio delle produzioni in vigna, sia alla decisione di ridurre a 130 quintali per ettaro le rese per il Soave Doc e per il Soave Classico. Per quanto riguarda la commercializzazione, soprattutto per i mercati inglese e tedesco dove nell'ultimo anno tante denominazioni italiane hanno mostrato segni di sofferenza, il Soave rimane un vino di riferimento».



In merito all'imbottigliato i dati si riconfermano in linea con il 2008, un risultato molto positivo. Situazione analoga anche per il Soave sfuso, che raggiunge le grandi centrali di imbottigliamento del nord Europa e che si attesta intorno ai 50mila ettolitri. Arriva una importante nota positiva dal mercato interno, spesso sottovalutato dai produttori del Soave. *cod 14179*

All'Expo di Shanghai
Enoteca italiana con i vini top

Un palcoscenico fuori dal comune per presentare al mondo intero il meglio della produzione enologica "made in Italy": all'Expo di Shanghai 2010 (1° maggio - 31 ottobre), le etichette top dell'Italia del vino saranno protagoniste dei brindisi dei visitatori in arrivo da tutto il mondo. L'accordo ufficiale tra **Beniamino Quintieri** (*nella foto, al centro*), commissario generale del Governo per l'Expo di Shanghai 2010, e **Claudio Galletti** (*a sinistra*), presidente dell'Enoteca italiana, è stato siglato a Siena. Nel padiglione italiano sarà presente anche l'eccellenza del sistema produttivo del nostro Paese, declinata secondo il tema "Better city, better life", concept dell'Expo 2010.

«Il vino rappresenta uno dei nostri fiori all'occhiello - ha spiegato **Fabio Carlesi** (*a destra*), segretario generale dell'Enoteca italiana - e l'obiettivo è portare a Shanghai il meglio della produzione dei nostri territori, dalla Val d'Aosta a Pantelleria. Stiamo selezionando le nostre bottiglie più rappresentative, mentre altre ancora entreranno a far parte delle numerose degustazioni dell'Expo 2010. Per l'Italia è un'occasione unica».

Il numero dei consumatori cinesi supera i 10 milioni e questa cifra tenderà ad aumentare. Secondo i dati Ice, dal 2003 al 2008 le esportazioni italiane sono passate da 400mila a 26 milioni di dollari. La scommessa è quella di inserirsi in un mercato in cui da anni è la Francia a farla da padrone. *cod 14208*



IL DOLCETTO DI DIANO D'ALBA È DOCG - Il Comitato nazionale vini ha dato il via libera alla modifica del disciplinare del vino Dolcetto di Diano d'Alba, che viene elevato alla Docg. Dopo Barbaresco e Barolo, è il terzo vino a vedere approvate le menzioni geografiche. Con l'analisi del disciplinare si avvicina il completamento delle modifiche. *cod 13969*

A MAGGIO "NEBBIOLO PRIMA" IL RE DELLE LANGHE IN SCENA
Circa 200 aziende e 300 vini, suddivisi per annate e menzioni geografiche, presenteranno ad Alba, dal 16 al 20 maggio prossimo, le espressioni del Nebbiolo. Una full immersion in anteprima nelle nuove annate: Barolo 2006 e Riserva 2004, Barbaresco 2007 e Riserva 2005, Roero 2007 e Riserva 2006. *cod 14249*

CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES IN SICILIA - Palermo capitale mondiale del vino dal 23 al 25 aprile. Si svolgerà infatti nel capoluogo siciliano la 17ª edizione del Concours mondial de Bruxelles, la competizione forse più prestigiosa dedicata all'eccellenza dei vini, delle acquaviti e dei distillati del mondo. In competizione oltre 6mila vini e alcolici di 50 Paesi produttori. **(M.M.)** *cod 13949*

LECCIO D'ORO TRA LONDRA, FIRENZE E POZZUOLI - Il top dell'enogastronomia italiana e internazionale premiata dal Brunello di Montalcino: tra i "Ristoranti" vince la Locanda Locatelli di Londra, nella categoria "Osterie" la Fattoria Del Campiglione di Pozzuoli (Na) e l'Enoteca Bonatti di Firenze per le "Enoteche". **(P.G.)** *cod 14260*



A Milano sfilano i rossi delle Langhe

di Marino Fioramonti

L'Associazione Go Wine ha promosso, insieme al Consorzio di tutela vini Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe e Roero, un appuntamento esclusivo all'hotel The Westin Palace di Milano dedicato ai due grandi rossi che firmano l'enologia piemontese: Barolo e Barbaresco. Due le annate in degustazione in anteprima per gli operatori professionali (titolari di ristoranti, enoteche e wine bar): il 2006 per il Barolo, il 2007 per il Barbaresco. Il programma ha previsto, a latere del banco di assaggio presentato da una trentina di aziende piemontesi, anche lo svolgersi di due incontri monografici di presentazione della nuova annata ai quali hanno partecipato Claudio Rosso, presidente del Consorzio, e Massimo Corrado, presidente di Go Wine, con la conduzione del giornalista Massimo Zanichelli.

La vendemmia 2006 del Barolo è stata caratterizzata da precipitazioni scarse e dall'alternarsi di periodi con temperature al di sopra o al di sotto della media. Il 2006 ha premiato tutte le uve a bacca bianca (Chardonnay, Sauvignon, Arneis) mentre per Barbera, Freisa e Nebbiolo le precipitazioni della metà di settembre hanno provocato non poche apprensioni tra i viticoltori. Ma ancora una volta i vignaioli accorti nel gestire le cure colturali e attenti nel regolare la produzione della pianta in modo equilibrato sono stati premiati da uno stato del vigneto più che soddisfacente.

Vendemmia anticipata invece quella del 2007 per il Barbaresco, che si può considerare "anomala" per l'andamento climatico generale, con un inverno mite, un'estate non molto calda e una vendemmia inferiore rispetto alle medie ma qualitativamente eccellente. *cod 14152*

Vino e turismo del Garda bresciano in Terra Santa

Erano presenti anche i vini biologici del Garda e della Franciacorta all'edizione 2010 di Israwine, la fiera internazionale del vino che è tenuta a Tel Aviv (Israele) lo scorso febbraio. Un appuntamento di sempre maggior rilievo economico e promozionale, che quest'anno è tornato in scena in parallelo con l'International mediterranean tourism market, la fiera internazionale del turismo mediterraneo. Anche in questo caso Brescia è stata presente con uno stand per la promozione dell'offerta turistica del territorio provinciale, anche attraverso i suoi prodotti tipici.



A trainare la spedizione bresciana ai due eventi è stata la cooperativa Civielle - Cantine della Valtènesi e della Lugana di Moniga del Garda (Bs), unica realtà cooperativa vitivinicola del Garda occidentale, che già da alcuni anni intrattiene frequenti relazioni con Israele sia in termini di solidarietà sia di promozione commerciale. *cod 14087*

Passaggio generazionale per la Bortolin Angelo

Il 2010 è un anno di importanti cambiamenti per la Bortolin Angelo Spumanti. A gennaio c'è stato il passaggio generazionale dell'azienda dalle mani del fondatore Angelo a quelle del figlio Desiderio (*nella foto, da sinistra, Desidero e Angelo Bortolin*). Un'evoluzione graduale e sempre nel segno della continuità con la tradizione di famiglia. Ma quella della Bortolin Angelo è anche un'evoluzione in termini di mercato. Mantenendo al top la qualità dei suoi prodotti, la cantina sta rafforzando la sua presenza all'estero. Le bottiglie sono state richieste, e da qualche tempo si possono trovare anche in Australia, Hong Kong, Taiwan e Usa, oltre ai mercati consolidati europei. La produzione del 2009 ha superato le 300mila unità ma le potenzialità di produzione possono arrivare a oltre le 500mila bottiglie annuali.

Bortolin continua a ricevere sempre più prestigiosi riconoscimenti per la qualità dei suoi vini. Tra questi la Dama d'oro al Concorso enologico regionale Enoconegliano 2009 con il Valdobbiadene Doc Spumante dry Superiore di Cartizze; la Medaglia d'argento al Concorso enologico internazionale MundusVini 2009 (Germania) e la Medaglia d'oro Premium select al Wine challenge ProWein 2010 (Germania) con il Valdobbiadene Doc Spumante brut; e la prestigiosa Medaglia d'oro al Concorso enologico internazionale Vinitaly 2009 con il Valdobbiadene Doc frizzante "Prade".



«Tutto è cominciato nel 1968 - racconta **Desiderio Bortolin** - quando mio padre Angelo, figlio di un agricoltore, decise di produrre vino. Un buon vino che vendeva bene e che divenne sempre più celebre e apprezzato grazie a un sapiente investimento tecnologico che portò nel 1983 l'ammodernamento degli impianti e la decisione di produrre spumanti». Ma è dal 1993 che ha inizio la svolta, con il graduale inserimento dei tre figli (Cristina, Paola e Desiderio) tra i soci dell'azienda. Ora è il momento di Desiderio: 38 anni e un nome impegnativo (è quello del nonno paterno), fino a oltre una decina d'anni fa sembrava non volerne sapere di proseguire l'attività di famiglia, e invece da gennaio 2010 è il socio di maggioranza dell'azienda divenuta s.a.s. e il principale motore della Bortolin Angelo Spumanti. Sostenuto sempre dalle sorelle e da validi consulenti tecnici, come l'enologo Loris Dall'Acqua, Desiderio è riuscito a far conoscere i propri prodotti anche in Paesi che sembravano inarrivabili e che invece aprono una possibile strada per la crescita dell'export. «La Bortolin - prosegue Desiderio - continua a crescere e a investire nella tecnologia, perché tecnologia per me significa minor utilizzo di coadiuvanti e tutela della qualità»

E da aprile 2010 il Valdobbiadene Doc di Bortolin diventerà Valdobbiadene Docg al 100%. «Non ci sarà alcun cambiamento per l'attività dell'azienda - spiega Desiderio - se non quello di dover rivedere interamente il packaging dei prodotti. Una buona occasione che abbiamo sfruttato per un restyling della grafica e del brand, che nella nuova veste vedrà messa più in evidenza la propria tipicità di Prosecco di Valdobbiadene».

La presentazione della nuova immagine aziendale avverrà al Vinitaly di Verona dall'8 al 12 aprile, dove l'azienda sarà presente con il suo stand (Pad. 7-B, stand I-2). Bortolin sarà anche al ProWein (Hall 3, stand J-46) dal 21 al 23 marzo. *cod 14247*

Bortolin Angelo Spumanti sas
Strada di Guia 107, 31049 Valdobbiadene (Tv) - Tel 0423 900125 - Fax 0423 901015
www.spumantibortolin.com



È nato DØM

L'azienda Mirabella presenta il nuovo Franciacorta Docg



di Anna Bossini

«Vede finalmente la luce, alla fine di un lungo labirinto di strade tortuose e vicoli ciechi! Ma la tenacia e la grande professionalità riescono a raggiungere traguardi anche dopo percorsi difficili: trovare la luce dopo molto buio rende sempre importante il risultato. Mirabella può ora proporre un segno distintivo, di grande personalità e di indubbio valore». Queste le parole, in cui vibra l'ombra del paterno orgoglio, che **Teresio Schiavi**, perno storico dal 1979 dell'azienda Mirabella di Rodengo Saiano (Bs), ha stilato sulla brochure di presentazione dell'ultimo nato, il DØM Franciacorta Docg Dosaggio Zero Mirabella.

Risultato dell'energia sinergica sviluppatasi all'interno del triangolo di enologi composto da Teresio e dai suoi due figli, ha compiuto il suo non facile percorso di dieci anni, prima di essere giudicato maturo per la presentazione in società. Nato da una selezione dei grappoli migliori nei vari vigneti, è composto dal 60% di Chardonnay, dal 20% di Pinot bianco e dal 20% di Pinot nero vinificato in bianco, è stato fatto fermentare per il 30% in barrique e per il 70% in acciaio. Per la composizione della Cuvèe si sono utilizzate le annate 2000 per il 10%, 2001per il 30% e 2002 per il 60%. Il rabbocco, a dosaggio Zero, è stato compiuto con il solo Franciacorta.

Si presenta di colore dorato carico con riflessi oro antico e di eccellente limpidezza. Al naso è molto ricco di note mielose unite a lisato, vaniglia e piacevoli sentori di cognac. In bocca è secco e al tempo stesso vellutato, è armonioso e persistente. Si presta per essere bevuto a tutto pasto. Perfetto con ostriche, caviale, spada affumicato e tartufi bianchi, squisito abbinato al paté di fegato, va servito alla temperatura di 10°C.

E per passare dalle parole ai fatti, verificare quello che può un tale vino quando si accompagna al cibo, quale soluzione migliore se non provarlo a un tavolo di rinomata fama, come l'Osteria della Villetta di Palazzolo sull'Oglio (Bs), con un menu tutto bresciano, di carne e di pesce, frutto dell'esperienza di Maurizio Rossi e delle sue donne. Eccellente, non si può che dire. *cod 14083*



A tutto Trentodoc

Si è brindato durante Milano Unica con fiumi di bollicine di montagna



Trentodoc è stato un motivo in più per visitare "Milano Unica febbraio 2010", in programma lo scorso febbraio, la fiera internazionale più importante del comparto tessile/accessorio per abbigliamento.

Un'edizione importante e particolare, che ha visto "sfilare" i massimi rappresentanti della moda e fashion designer. Alla cerimonia inaugurale, che ha registrato la presenza del presidente di Milano Unica Pier Luigi Loro Piana, del presidente dell'Istituto per il commercio estero Umberto Vattani, del presidente di Smi Michele Tronconi, si è brindato con Trentodoc. E proprio Loro Piana, assieme al presidente dell'Enit **Matteo Marzotto** (*nella foto, secondo da sinistra*), ha potuto degustare (e apprezzare) il metodo classico di montagna e festeggiare così l'importante premio assegnato ad un giovane designer italiano.

Due gli "Happy Trentodoc" previsti: il primo a corredo del seminario di Li Edelkoort; il secondo, sempre in Sala Timpano, come preludio della serata di beneficenza che si è tenuta al Teatro alla Scala, dove è andato in scena il balletto "Don Chisciotte". Nei tre giorni di manifestazione Milano Unica ha presentato anche "On Stage", nell'Area Trend, luogo di incontro fra la creatività dei più apprezzati stilisti emergenti a livello mondiale e l'eccellenza della produzione italiana ed europea nel campo tessile e degli accessori. In quest'area, si è brindato Trentodoc a corredo delle presentazioni "Mohair the emotional fibre" e "Sogni Sospesi". Come se non bastasse, presso l'ufficio stampa di Milano Unica, è stato Happy Trentodoc per l'intera durata della manifestazione.



Secondo le stime in occasione di Milano Unica circa 1.200 visitatori hanno brindato con Trentodoc. *cod 14105*



Bioldo Val D'Oca, il prosecco amico dell'ambiente

Per Val D'Oca la produzione biologica non è una moda ma una scelta consapevole e una promessa verso i consumatori attenti a uno stile di vita sostenibile. Produzione biologica significa non utilizzare composti chimici o pesticidi, controllo sulle fasi di produzione e commercializzazione, prodotti ricavati senza l'impiego di organismi geneticamente modificati.

Val D'Oca è uno dei pochi produttori vitivinicoli nel Valdobbiadenese che aderisce al protocollo di agricoltura biologica del Dipartimento americano Usda National organic production e opera in conformità dei regolamenti europei. In soli 3 anni, dal 2006 al 2009, la domanda del Prosecco biologico è più che decuplicata passando da 7mila a 75.493 bottiglie; il Bioldo è l'espressione di un vino moderno dal colore oro intenso, fruttato e morbido, dalle sfumature leggere trova la sua via preferenziale in piatti leggeri o a base di pesce, si serve giovane, in ogni occasione e tra i 6-8°C. *cod 14100*

Debutta il Monteceresino Cruasé di Travaglino



A proposito di Pinot nero, debutta nel 2010 il Monteceresino Cruasé Millesimato Brut Docg, annata 2007 di Travaglino, storica cantina di Calvignano (Pv). Travaglino da tempo si occupa ad altissimi livelli di metodo Classico ed è coinvolto in un progetto spumantistico che appartiene a tutto l'Oltrepo pavese e che si chiama appunto Cruasé.

La parola nasce dalla fusione tra "cruà" e "rosé", il primo già nome di un antico vitigno già coltivato in zona nel XVII secolo e usato per le basi spumante di allora. Il Cruasé è il primo rosé naturale per nascita, per disciplinare e soprattutto per scelta di territorio, l'unico ottenuto esclusivamente da uve a bacca nera, il Pinot nero.

«La filosofia del Cruasé - afferma **Fabrizio Maria Marzi** - è interpretata magnificamente dal Monteceresino, ottenuto dalle uve di una vigna che per caratteristiche pedoclimatiche rappresenta un grande cru di Pinot nero, ideale per una base da spumantizzare naturalmente in rosa».

Al naso ha sentori di frutti di bosco, cassis, ribes e lampone su fondo di confettura rossa. Al palato è armonico con un retrogusto di mandorla amara. *cod 14241*

Beato Bartolomeo a Vinitaly con "Rosa di Sera"

Sarà un Vinitaly all'insegna delle bollicine quello della Cantina Beato Bartolomeo (pad. 4, stand F7), leader di mercato della zona Doc di Breganze e oggi più che mai proiettata nel felice segmento degli spumanti. La novità si chiama "Rosa di Sera", intrigante rosé che coniuga con successo piacevolezza e carattere. È ottenuto dalla presa di spuma di un vino da vitigni autoctoni del territorio. Presenta un perlage fine e intenso. Ricco e di grande fragranza il bouquet dei profumi, che spaziano dal floreale al fruttato di fragoline di bosco e ciliegia. In bocca è fresco e vellutato. Ottimo come aperitivo o per accompagnare antipasti a base di pesce. «Rosa di Sera - spiega **Giuseppe Sartori**, coordinatore commerciale della Beato Bartolomeo - è vestito con una bottiglia satinata, elegante e raffinata. Un prodotto che incontra i favori del pubblico femminile, oggi più che mai attento e coinvolto nella scelta del vino». E questa non è l'unica novità per l'azienda: debutta a Vinitaly anche il nuovo Prosecco Doc extra dry, che acquisisce la denominazione di origine con l'inserimento dell'area di Breganze nella Doc. *cod 14245*

Cantina Beato Bartolomeo da Breganze
via Roma 100, Breganze (Vi)
Tel 0445 873112 - Fax 0445 874516
www.cantinabreganze.it

Spumante extra dry
Rosa di Sera
Beato Bartolomeo da Breganze

Uvaggio: uve a bacca rossa del territorio vinificate in rosato
Vinificazione: pressatura soffice, fermentazione in vasche d'acciaio termocondizionate, successiva presa di spuma con metodo Charmat
Colore: rosa tenue
Profumo: intenso di frutta fresca, fragrante e vivace, con note di frutti di bosco e ciliegia derivate dall'uva marzemina
Sapore: equilibrato, fresco e vellutato con leggero retrogusto di mandorla
Gradi: 11,5% vol.
Servire a: 8-10°C
Abbinamenti: come aperitivo con crostini al salmone affumicato, gamberi in salsa rosa



Guicciardini Strozzi La nobiltà del vino toscano



Sarà perché le nuove ambasciatrici sono le due belle principesse Strozzi, **Irina** e **Natalia** (*nella foto, da sinistra*), o forse perché i vini proposti abbinano la tradizione (su tutti la Vernaccia di San Gimignano) e moderni Supertuscan internazionali (fra tutti il poderoso Sòdole, uno straordinario Sangiovese in purezza), sta di fatto che alle Tenute Guicciardini Strozzi si respira una delle più autentiche arie di Toscana. È vero che c'è la recente novità, dal 2003, dell'azienda a Pantelleria (Tp), Coste di Kùddia, che produce il Passito Kammeo, ma per il resto la ricca offerta enologica della cantina di San Gimignano (Si) è rappresentata da raffinate selezioni di alcuni dei migliori vini toscani.

E del resto non potrebbe essere diversamente visto che le famiglie Strozzi e Guicciardini, fanno vino (la Vernaccia) almeno dall'anno 994. Probabilmente in Italia non c'è cantina che possa vantare una tradizione così antica e un legame con le storie politiche della regione e dell'Italia. E questa esperienza la si percepisce tutta nei vini di questa famiglia, all'insegna della tradizione autentica, ma anche dell'innovazione attenta e curata.



Si parte da quelli che si fanno da sempre, come la Vennaccia, che conta su 4 etichette diverse (più una spumantizzata) ed ha nella Cusona (*nella foto a fianco*) il suo prodotto simbolo, un vino elegante e asciutto, capace di dare un nuovo significato alla Vernaccia pur presentandosi in una rielaborazione stilistica del packaging dell'etichetta originale del 1933.

Ma ugualmente si può dire degli altri vini, dal Chianti ai Supertuscan fino al Morellino, che sono prodotti nelle aziende che negli ultimi anni sono state acquisite e riorganizzate: Villa le Pavoniere a Bogheri (Li), Tenuta i Massi a Massa Marittimna (Mc) e Poggio Moreto a Scansano (Gr). Fra i numerosi vini, presentati recentemente anche a Milano al Jamaica, ricordiamo ad esempio l'intrigante A•Solo, realizzato con un Petit Verdot in purezza che da solo la dice lunga su come l'esperienza di secoli permetta di dare eleganza alle novità. *cod 14330*

Tenute Guicciardini Strozzi
loc. Cusona 5, 53037 San Gimignano (Si)
Tel 0577 950028 - Fax 0577 950260
www.guicciardinistrozzi.it

Campo alla Sughera, i Supertuscan alla tedesca

Centomila bottiglie, di cui poco meno della metà per il vino di punta, l'Arnione Bolgheri rosso superiore Doc 2006 (tre bicchieri del Gambero Rosso), e 16 ettari e mezzo di nuovi vigneti. Questa la sintesi di Campo alla Sughera, azienda emergente del panorama enologico di Bolgheri (Li), dove a fianco del più celebrato Sassicaia abbondamo i Supertuscan di stampo internazionale a base di Cabernet e Merlot, ma anche sperimentazioni di bianchi.



Nata nel 1998, la cantina della famiglia tedesca Knauf si è conquistata una buona notorietà per la qualità dei vini, presenatati alla stampa a Milano al ristorante Emilia e Carlo. A fianco dell'Arnione (un fuoriclasse di Cabernet Sauvignon e Franc con Merlot e Petit Verdot), l'Adeo 2007 rosso e i bianchi Arioso (Sauvignon e Viognier) e Achenio (Sauvignon, Chardonnay e Vermentino). **www.campoallasughera.com**
cod 14322





Viticoltura e turismo
La Valtellina in prima linea

L'attività dell'azienda familiare Nera ha avuto inizio alla fine dell'800 con Bernardo Nera, poi con il figlio Guido, al quale è succeduto alla fine degli anni '50 il figlio Pietro, che con caparbietà e orgoglio ha accorpato circa 32 ettari di vigneti appartenenti alle quattro zone di produzione del Valtellina Superiore Docg (Sassella, Inferno, Grumello, Valgella). L'impegno nella coltivazione dei vigneti e l'attenzione posta in ogni fase della trasformazione delle uve nella cantina di Chiuro (So), che fanno di questa azienda una tra le più importanti e prestigiose case vinicole della Valtellina, sono oggi garantiti anche dall'importante contributo dei due figli di **Pietro Nera** (*nella foto in alto, al centro, e in quelle sotto, a sinistra*): **Stefano** (*nella foto in alto, a destra*), enologo, e **Simone** (*nella foto in alto, a sinistra*), direttore commerciale.

Chiuro, paese collocato in mezzo ai vigneti, è la capitale della viticoltura valtellinese e vanta la presenza di ben 4 cantine. Ogni anno circa 200 famiglie conferiscono le loro uve all'azienda Nera. La produzione e l'imbottigliamento dei preziosi vini di questa terra, così aspra e dura, ma anche così prodiga di frutti eccellenti e con caratteristiche qualitative inconfondibili, trovano poi riscontro nei successi in concorsi nazionali e internazionali, nonchè apprezzamento da parte della numerosa e ambita clientela.

Il commendator Pietro Nera, eletto sindaco di Chiuro nel 1970 e rieletto nel mandato successivo, mantiene tutt'oggi un legame con le istituzioni - ha infatti incontrato il ministro delle Politiche agricole **Luca Zaia** (*nella foto in basso a sinistra*) e il ministro del Turismo **Michela Vittoria Brambilla** (*nella foto in basso a destra*) - ed è attualmente vice presidente di Ascovilo (Associazione consorzi vini lombardi).

La qualità dei vini Pietro Nera è data dalla posizione dei vigneti, collocati su pendii impervi: un territorio di comprovata vocazione, eredità tramandata nel tempo. Solo con l'esercizio costante di questo mestiere così antico, fatto di sacrificio e di fatica, si riesce a far crescere viti robuste e fertili, capaci di produrre uve selezionate.

«Da diversi anni - afferma Nera - si parla tanto di viticoltura "eroica". Sono loro gli "eroi": i viticoltori valtellinesi, lavoratori formidabili, con tanta passione, coraggio e determinazione. Gli eroi purtroppo muoiono e con loro muore anche la tradizione della viticoltura. Il futuro spetta a noi prepararlo, quindi non perdiamo tempo ma interveniamo subito pensando ai nostri figli e nipoti. Dunque: "largo ai giovani!". Come si può immaginare la nostra valle, la costiera Retica depauperata dei suoi interminabili 2.500 km lineari di muretti a secco contenenti i terrazzamenti vitati?».

I vigneti valtellinesi sono dislocati tra i 500 e gli 800 metri di altezza, sovrastati dall'imponenza dei 3mila metri delle Alpi del versante Retico. Proprio per la naturale costituzione della montagna, si verificano periodicamente fenomeni di dissesto idrogeologico. In questi casi il viticoltore diventa un "guardiano" che con il suo intervento evita il verificarsi di disastri ambientali. Ma i viticoltori da soli non ce la possono fare: è quindi indispensabile l'aiuto e il sostegno da parte delle istituzioni preposte, che non potrà certo mancare in un contesto così particolare e importante. *cod 14328*





Combattere la crisi

Mezzacorona è la "Cantina dell'anno" Consolida un fatturato 2009 da record



Per il Gruppo Mezzacorona bilancio lusinghiero nel 2009 con un fatturato da record assoluto di oltre 145 milioni di euro. In occasione dell'assemblea generale degli oltre 1.500 soci, il presidente Guido Conci e l'amministratore delegato **Fabio Rizzoli** (*nella foto, a destra, insieme a* ***Claudio Rizzoli*** *e* ***Adam Strum****, direttore di Wine Enthusiast*) hanno tracciato un quadro positivo dell'azienda, nonostante la gravissima crisi del settore vitivinicolo. Proprio in questa occasione è stato celebrato il prestigioso riconoscimento della rivista americana Wine Enthusiast quale "Cantina europea dell'anno 2009", un premio di grande valenza per l'azienda trentina ma anche per tutta l'Italia vitivinicola.

Un'assemblea molto importante, in quanto per il terzo anno consecutivo è stato approvato il bilancio consolidato di gruppo redatto secondo le norme Ias (International accounting systems), primo esempio in assoluto in Italia per quanto riguarda la cooperazione agricola. Il Gruppo Mezzacorona, che può vantare una forte proiezione globale, ha ritenuto indispensabile redarre il bilancio secondo questi criteri proprio per avere una precisa riconoscibilità dei conti a livello internazionale. E i dati hanno dimostrato come l'agricoltura possa essere, se gestita in termini imprenditoriali, un settore capace di dare risposte concrete al territorio creando ricchezza e valori aggiunti importanti. Nonostante un 2009 molto pesante per il settore vitivinicolo a livello di mercato nazionale e internazionale, con una contrazione generale dei consumi e un crollo dei prezzi. Il Gruppo Mezzacorona ha saputo reagire con una strategia produttiva e commerciale efficace.

Il gruppo ha sviluppato un fatturato consolidato di 145.843.871 rispetto ai 139.137.199 euro dell'anno scorso, con un aumento del 4,6%. L'utile è stato nel 2009 di 1.554.982 euro. Mezzacorona è leader in Italia per la produzione di cinque varietà (Pinot grigio, Chardonnay, Teroldego rotaliano, Lagrein e Traminer aromatico) e gestisce 2.600 ettari di vigneti in Trentino Alto Adige e quasi mille ettari in Sicilia (tramite la controllata Nosio Spa). Altro dato importante è che l'export costituisce il 72% del volume di affari. Esporta in oltre 50 Paesi del mondo. *cod 14112*

FONTANAFREDDA CAMBIA NOME ED È PIÙ "VERDE" - Nel 2010 la casa vinicola Fontanafredda assume il nome di Mirafiore & Fontanafredda per recuperare la storia dei suoi fondatori. La società adotterà anche le più moderne tecniche di produzione integrata e di vinificazione pulita per ridurre i solfiti nel vino. *cod 13959*

TRENTINO WINE A MILANO ECCELLENZE IN ANTEPRIMA

Con Trentino Wine l'appuntamento è per il 15 marzo a Milano. La prima tappa di questo evento che presenta il meglio della produzione vitivinicola trentina sarà ospitata dalle sale dell'Hotel Nhow. Occasione unica per incontrare in anteprima i produttori, i vini e le grappe migliori del 2010. *cod 14067*

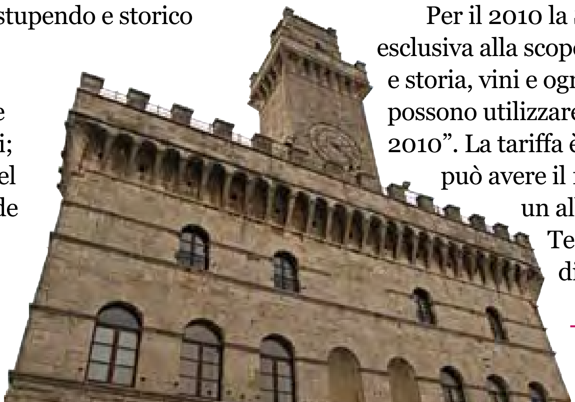
TURNOVER NEL GIV, CORRADO CASOLI È IL NUOVO PRESIDENTE



Dopo tanti anni Emilio Pedron, amministratore delegato del Gruppo italiano vini (Giv), ha deciso di lasciare gli incarichi e le deleghe operative, rimanendo comunque nel Consiglio di amministrazione. Al comando **Corrado Casoli** (*nella foto*) e alla vice presidenza Rolando Chiossio. Con il riassetto societario, il Gruppo italiano vini è pronto, anche in un momento non facile per tutta l'economia, a un rinnovo generale. *cod 14007*

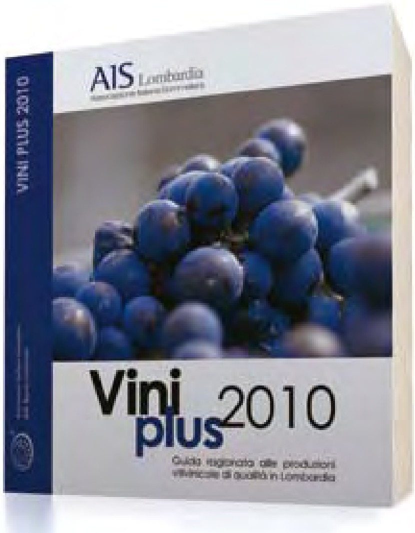
Sulla Strada del Nobile una vacanza per corpo e mente

La Strada del vino Nobile di Montepulciano, in provincia di Siena, è un'associazione di aziende private nata per valorizzare e far conoscere nel mondo l'ambiente e le attività di questo stupendo e storico territorio. La bellezza e la storia di Montepulciano riguardano il patrimonio monumentale, chiese suggestive, palazzi e fondi antichi; la produzione, la cultura e i riti del vino di vino. La Strada comprende alberghi, case per vacanza e di campagna, ristoranti, enoteche, aziende agricole che producono vino, olio extravergine d'oliva, miele e altre squisite specialità. Partecipano anche le terme e la scuola di musica.



Per il 2010 la Strada propone una vacanza esclusiva alla scoperta di questi luoghi ricchi d'arte e storia, vini e ogni bontà. Per facilitare la visita si possono utilizzare i buoni sconto "NobilExperience 2010". La tariffa è di 25 euro. Chi acquista i buoni può avere il 10% di sconto presso un ristorante, un albergo e i trattamenti benessere alle Terme. L'offerta è valida fino al 31 dicembre. **(C.R.)** *cod 14281*

Viniplus, tra le lombarde Fay è l'azienda "etica"



È stata la città di Varese quest'anno ad ospitare il Gala dei migliori vini di Lombardia, cerimonia che conclude tradizionalmente il progetto Viniplus inaugurato lo scorso novembre con la presentazione dell'omonima guida giunta alla sua 5ª edizione. Il momento più atteso, come sempre, l'assegnazione dei premi.

Il Premio speciale "Il Sano" va anche quest'anno in Valtellina, terra di eroici viticoltori: è l'Azienda agricola Fay di San Giacomo di Teglio (So), l'azienda che, a giudizio della commissione, riassume in modo esemplare la qualità complessiva della produzione e la filosofia del concorso Viniplus: un'etica produttiva orientata al "sano, buono ed equo". Tastevin oro, argento e bronzo in questa edizione 2010 hanno premiato rispettivamente la Franciacorta, l'Oltrepò Pavese e il Garda bresciano. Doppio podio dunque per la provincia di Brescia che si aggiudica due riconoscimenti su tre. Franciacorta Extra Brut Comarì del Salem 2004 di Uberti, Oltrepò Pavese Pinot Nero 2005 de Le Fracce e Garda Classico Chiaretto Molmenti 2007 di Costaripa sono i tre migliori vini della Lombardia.

Sono state attribuite anche 27 menzioni speciali ad altrettanti vini scelti dai sommeliers lombardi come i più rappresentativi della produzione regionale. Anche per le menzioni speciali le province di Brescia, con Franciacorta, Lugana e Garda Classico, di Pavia, con l'Oltrepò, e di Sondrio, con la Valtellina, confermano la propria vocazione territoriale alla produzione di ottimi vini; conquistano terreno anche Bergamo e Mantova che vantano due menzioni ciascuna.

«Partendo dal nostro principale obiettivo - spiega **Luca Bandirali** (*nella foto sotto, primo a sinistra*), presidente dell'Ais Lombardia - ovvero valorizzare e premiare i produttori più sensibili a un richiamo etico e qualitativo, siamo giunti a una nuova e fondamentale tappa del progetto Viniplus. Con la premiazione delle migliori aziende inserite in Guida vogliamo ribadire la nostra interpretazione del concetto di qualità: un concetto che tiene conto degli sforzi profusi dai produttori in tutte le dinamiche che intervengono nel cammino di produzione di un vino».

«Dopo Milano, Lodi, Monza, Cremona e Roma, l'Ais Lombardia è protagonista quest'anno a Varese - continua Bandirali - per rimarcare l'importanza di portare all'attenzione di un pubblico sempre più vasto la qualità e la bontà delle migliori etichette lombarde e avvicinare il consumatore alle numerose realtà produttive eccellenti che la nostra regione sa offrire».

La scelta della provincia varesina per le premiazioni di quest'anno è in più avvalorata dall'affermazione in campo vinicolo della recente denominazione Igt Ronchi Varesini, dallo scorso anno inserita nella Guida Viniplus.

cod 14094

PREMIO SPECIALE "IL SANO"

fay

Migliore azienda orientata al "buono, sano ed equo"
Azienda agricola Fay di San Giacomo di Teglio, So

TASTEVIN ORO

Uberti - Erbusco, Bs
Franciacorta Extra Brut Comarì del Salem 2004

TASTEVIN ARGENTO

Le Fracce - Mairano di Casteggio, Pv
Oltrepò Pavese Pinot Nero 2005

TASTEVIN BRONZO

Costaripa - Moniga del Garda, Bs
Garda Classico Chiaretto Molmenti 2007



Da sinistra: Luca Bandirali, Marco Fay (Azienda Fay), Roberto Gerbino (Azienda Le Fracce), Luca Daniel Ferrazzi (assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia), Mattia Vezzola (Azienda Costaripa), Giovanni Agostino Uberti (Azienda Uberti)





Sempre più bio

Sono 38 le menzioni per la Toscana 211 le cantine recensite dalla Guida

La Guida ai vini bio 2010 è il più completo e aggiornato vademecum per districarsi nel sempre più fitto mondo dei vini ottenuti da agricoltura biologica e biodinamica prodotti da aziende certificate. L'autore è Pierpaolo Rastelli, da sei anni autore della pubblicazione e collaboratore delle principali guide sul vino edite da Slow Food e Gambero Rosso. Responsabile del settore vino per il mensile Cucina Naturale, svolge attività didattica nei Masters of food di Slow Food nei corsi dedicati al vino. È critico gastronomico della Guida dei Ristoranti dell'Espresso, Osterie d'Italia e per il Corriere Adriatico. Vive a Monsampietro Morico (Ap).

La 13ª edizione della guida tocca nuovi record recensendo 776 vini provenienti da 211 cantine, puntualmente descritti nelle loro caratteristiche organolettiche. Tra questi 110 vini hanno ottenuto una particolare menzione per il loro alto profilo organolettico: a condurre la speciale graduatoria la Toscana con ben 38 allori, seguita dai 13 del Veneto. Più distanziati il Piemonte e le Marche, rispettivamente con 10 e 9 menzioni.

I vini vengono suddivisi per gruppi omogenei e assaggiati alla cieca, ossia senza mostrarne l'etichetta. La valutazione è riportata in centesimi come nelle prevalenti scuole di degustazione. I vini di rilevante profilo organolettico sono indicati come "i migliori" e tra questi scaturiscono i vini dell'anno per ogni categoria: bianco, rosso, rosato, bollicine e vino dolce.

L'azienda che abbia mostrato una particolare propensione a offrire vini di qualità e che siano espressione precipua del terroir e della cura dell'uomo si fregia del titolo di "azienda dell'anno". Non tutti i vini inviati sono recensiti: se alcuni si presentano non pronti a ricevere una valutazione se ne omette la descrizione al fine di evitare una penalizzazione che potrebbe rivelarsi eccessiva.

Se presenti, compatibilmente con le esigenze dell'organizzazione del panel test, vengono riassaggiati anche vini già valutati nelle passate edizioni della guida: questi vini non partecipano all'assegnazione di "migliori vini" anche in questa edizione, ma se hanno mantenuto, o addirittura migliorato, le loro caratteristiche organolettiche ciò sarà riportato nella scheda a loro riservata. Per migliorare la percezione della qualità si è provveduto in molti casi al riassaggio a più ore, in qualche caso a più giorni, dall'apertura della bottiglia: solo vini di caratteristiche superiori hanno il pregio di resistere all'effetto ossidativo dell'ossigeno. *cod 13772*

Morellino di Scansano
Pomonte
Poggiopaoli

Uvaggio: 85% Sangiovese, 10% Merlot, 5% Ciliegiolo
Vinificazione: in acciaio senza l'ausilio di lieviti selezionati, macerazione sulle bucce per 25 giorni con almeno 3 rimontaggi giornalieri
Affinamento: 4 mesi in barrique di rovere francese
Colore: rosso rubino intenso
Profumo: note fruttate tipiche con sentori di vaniglia e rovere
Sapore: ottima struttura, molto fruttato, morbido, con tannino vellutato, ottima grassezza con finale lungo e persistente
Servire a: 16-18°C
Abbinamenti: a tutto pasto e piatti di carne rossa



Azienda agricola Poggiopaoli
via Le Ragnaie 64, 58054 Scansano (Gr)
Tel e Fax 0564 599408 - Tel 338 8019218
poggiopaoli@infinito.it

Gdo svende il Nero d'Avola Speculazione dietro l'offerta





di Piera Genta

Le promozioni sui vari prodotti agroalimentari si rincorrono sui volantini della Grande distribuzione organizzata (Gdo). Sorprendente quella di Carrefour, "Carrefourmidabile", che dedica uno speciale ai vini e ai prodotti Dop. All'interno del pieghevole troviamo un'ampia selezione di etichette con prezzi veramente sbalorditivi, da un Lambrusco a 1,89 euro a un Barolo Docg a 16,90 euro. Ma il prezzo civetta che compare in prima pagina è un Nero d'Avola La Cacciatora a 0,99 euro a bottiglia con l'obbligo di acquisto del cartone da 6 bottiglie. Altro prezzo sul volantino di Bennet: questa volta due pezzi a 2,59 euro con la promozione "1+1". E cosa dire, la bottiglietta di acqua minerale in qualsiasi punto vendita costa di più!

Di Nero d'Avola negli ultimi anni se ne parla molto facendolo diventare un vino "modaiolo". Vitigno autoctono a bacca nera, espressione più vera della Sicilia enologica, prima varietà coltivata sull'isola con circa 18mila ettari di territorio. E nonostante tutte queste caratteristiche soffre del particolare momento di mercato con i prezzi delle uve in continua discesa. Situazione veramente critica per tutti quelli che sulle uve vivono (ci stiamo riferendo ai vignaioli). Ma tutto questo non fa neppure bene al vitigno, che ha impiegato molto tempo per entrare nel mercato con il suo nome e non venire solo utilizzato come vino da taglio.

È sicuramente vero che quasi tutte le cantine italiane hanno ancora un buon quantitativo di prodotto da vendere e queste offerte possono migliorare la situazione, ma quanta speculazione nasconde? Non sarebbe meglio vendere del decoroso vino da tavola senza utilizzare il nome del vitigno ad un prezzo adeguato?

Prendiamo spunto da questa offerta per fare una considerazione sulla considerazione sul prezzo di vendita. Per avere una bottiglia di Nero d'Avola sullo scaffale dobbiamo considerare che abbiamo usato un chilo di uva, pagata a un prezzo irrisorio di 12 centesimi al chilogrammo. E 12 centesimi è un prezzo di lusso, perché certe uve sono quotate anche a 8 centesimi. Quindi nella nostra bottiglia calcoliamo di avere 15 centesimi di uva. Bottiglia, tappo, etichetta, controetichetta, capsula, cartone e alveare - considerando di acquistare accessori di qualità media e ipotizzando che la nostra cantina utilizzi almeno 600mila bottiglie - incidono per 50 centesimi, e siamo arrivati a 75 centesimi. Ma non abbiamo finito, a questo bisogna aggiungere i costi dei fitosanitari, della vendemmia, di trasformazione dell'uva in vino, quelli fissi aziendali, il trasporto e se la cantina ha una rete di venditori anche la provvigione, per non parlare poi del guadagno di chi vende. I conti sono presto fatti. Quei 99 centesimi sono veramente pochini.

Il Nero d'Avola La Cacciatora viene prodotto dalla Società cooperativa agricola "Del Gattopardo" di Palma di Montechiaro (Ag) e rappresenta oltre 600 iscritti su una superficie di 1.000 ettari distribuiti nella provincia di Agrigento. Fa parte del gruppo Caldirola. Il Nero d'Avola Nobili di Trinacria pubblicizzato da Bennet, invece, viene prodotto dalla cantina Nobili di Trinacria del gruppo delle Cantine Pirovano. *cod 13994*



Spiragli per il vino italiano Export 2010, prospettive rosee

di Angelo Gaja

Se il 2009 è stato l'anno nero per l'export del Made in Italy in generale, segnando un importante -20% (fonte Istat), per il vino italiano ha invece raggiunto il massimo di sempre con una crescita in volume che non si discosta molto dal 10%, pur con una perdita in valore del 6%.

Un successo? Assolutamente sì, anche se non si deve esultare perché è stato comunque raggiunto con duri sacrifici compiuti dalle cantine che hanno abbassato i prezzi di vendita a costo di azzerare i profitti e dai produttori che, non volendo abbassare i prezzi delle bottiglie, hanno invece accettato di vendere sfuso agli imbottigliatori il vino eccedente a prezzi di liquidazione. Per non dire dei prezzi delle uve della vendemmia 2009 che avevano patito forti ribassi.

Il sistema del vino italiano però ha tenuto bene, mettendo in luce i suoi valori di comparto sano, articolato e legato da una forte complementarietà. Non ha licenziato, non ha fatto ricorso alla cassa integrazione, non si è lasciato distrarre dalle usuali diatribe degli antagonismi di casa nostra: varietà autoctone vs internazionali, territorio vs "non si sa dove", barriques nuove vs botti vecchie, gusto omologato vs tipico.

Il 2009 non è stato di certo una passeggiata, gli imprenditori del vino italiano hanno lavorato duramente raddoppiando il loro impegno, stringendo la cinghia, ottenendo così un risultato che nessuno dei nostri concorrenti europei è riuscito ad avvicinare, Francia per prima.

Le prospettive dell'export del vino italiano per il 2010 sono quindi rosee. L'indebolimento dell'euro dà fiato alle esportazioni nei Paesi extra-europei. L'obiettivo di esportare nell'anno corrente almeno 2,5 milioni di ettolitri in più del 2009 è alla portata dell'Italia.

Le scorte di vino sono destinate a calare anche perché la produzione delle annate 2008 e 2009 era stata scarsa. Il sostegno previsto dalla Comunità europea, inteso a indennizzare la pratica del diradamento (abbattimento dell'uva in eccedenza prima dell'invaiatura, al fine di ridurre o contenere il raccolto), se saggiamente guidato dalle cantine cooperative del Sud e del Centro e fatto eseguire correttamente dai soci viticoltori, contribuirebbe a mantenere bassa la produzione nazionale consentendo di recuperare equilibrio tra offerta e domanda. Si arriverebbe così alla vendemmia 2010 con la prospettiva di una remunerazione ai conferenti e ai venditori di uva che pareggi almeno il costo di produzione.

L'export, che fa un gran bene all'economia del Belpaese, dovrebbe diventare un'ossessione per i produttori di vino che intendono mantenere sane e competitive le proprie aziende. *cod 14221*





Vinitaly 2010

Novità per il network del vino Premio Regione al 18° Concorso

Agli espositori e ai visitatori, oltre a sempre più efficaci strumenti che mettano in contatto offerta e domanda internazionale, Vinitaly 2010 aggiunge la spedizione negli Usa di 10mila *free badge* a una selezionata mailing list di buyer, oltre a quelli inviati sui mercati tedesco, britannico, svizzero e austriaco. Si tratta solo di una delle molte azioni di marketing diretto adottate per incrementare ulteriormente la già importante presenza a Verona di operatori esteri qualificati, che nel 2009 aveva raggiunto quota 45.083 (+19% rispetto all'edizione 2008) su 151.216 visitatori totali.

Vinitaly, in programma quest'anno dall'8 al 12 aprile, conferma così il suo ruolo di *global network* commerciale per l'enologia mondiale. Del resto, la prossima edizione del più grande salone mondiale dedicato al vino è molto attesa dai produttori, che in questo particolare momento dell'economia mondiale sentono forte il bisogno di concretizzare con la chiusura di contratti i propri investimenti promozionali, come già hanno avuto l'opportunità di fare nel corso di Vinitaly 2009.

La prima novità del 2010 interessa proprio il vino e nello specifico il 18° Concorso enologico internazionale. Le iscrizioni si sono aperte a gennaio e da quest'anno, oltre ai "Premi Speciali Vinitaly Nazione" e "Gran Vinitaly", è stato istituito il "Premio Speciale Vinitaly Regione".



I produttori in più potranno stampare e applicare alle partite dei vini vincitori di medaglia etichette o bollini riportanti la distinzione “Concorso enologico internazionale 2010”, così da valorizzare sul piano commerciale l’importante riconoscimento alla qualità raggiunta.

«Lavoriamo per dare vere occasioni commerciali ai nostri espositori - ha detto **Giovanni Mantovani** (*nella foto*), direttore generale di Veronafiere - e la riconferma per quest’anno della presenza delle aziende del 2009 continua a stimolarci a migliorare l’offerta di servizi. La manifestazione è stata presentata e promossa in tutte le tappe del Vinitaly World Tour - ha ribadito Mantovani - perché bisogna continuare a ragionare nell’ottica di un’espansione dei consumi a livello mondiale, dando ai nostri clienti quella prospettiva di medio-lungo periodo che è fondamentale per non perdere terreno rispetto ai competitor internazionali».



Utili per promuovere Vinitaly presso gli operatori esteri anche le tappe del Vinitaly world tour, che nel 2010 ha toccato a gennaio India e Singapore, a febbraio New York e Florida, per poi andare a maggio in Russia, a giugno in Brasile, ad ottobre in Svezia e di nuovo negli Usa, e infine a novembre a Hong Kong, in Cina, Giappone e Corea del Sud.

Fondamentale per fidelizzare le presenze estere anche il lavoro svolto dalla rete di delegati che Veronafiere ha in 60 Paesi e che permetterà di avere a Verona delegazioni qualificate da Svizzera, Gran Bretagna, Francia, Austria, Germania, Ungheria, Danimarca, Svezia, Canada, Russia, Usa, Australia, Egitto, Libia, Tunisia, Marocco, Sudafrica, India, Cina, Corea del Sud, Giappone, Taiwan, Malaysia, Singapore, Indonesia, Ecuador, Messico, Paesi Baltici, America Centrale e Meridionale. Potenziato anche il *matching online*, che darà la possibilità agli espositori che inseriscono la propria scheda aziendale in un’area esclusivamente destinata ai buyer esteri di essere contattati prima della manifestazione da chi vuole programmare in anticipo i propri appuntamenti.

E se l’organizzazione di Vinitaly 2010 è ormai in dirittura d’arrivo, già si sta lavorando per dare ai Vinitaly degli anni a venire nuovi spazi espositivi. «È questa l’ottica del piano industriale approvato da Veronafiere a inizio dicembre 2009, che prevede complessivamente - ha affermato **Ettore Riello**, presidente dell’ente - investimenti autofinanziati per 70,7 milioni di euro entro il 2014. Per sostenere la competitività del polo fieristico è stata infatti programmata la costruzione di due nuovi padiglioni di 13mila metri quadrati complessivi, oltre all’offerta di innovativi servizi di marketing, business e tutela legale dei diritti di proprietà industriale e intellettuale per una leale concorrenza durante le proprie manifestazioni fieristiche». Importante anche la creazione di joint venture e new company in Cina, Usa e India, che consolideranno il marchio di Vinitaly.

In contemporanea si confermano gli appuntamenti con Sol, Agrifood Club ed Enolitech. Il Salone internazionale dell’olio extravergine di qualità potenzia la sua vocazione commerciale, sviluppando il Buyers Club. Sempre più richiesta la partecipazione ad Agrifood Club, vetrina dell’eccellenza made in Italy, che presenta una selezione di aziende dell’agroalimentare italiano. Insostituibile opportunità di mercato per le aziende espositrici è infine Enolitech, la vetrina per filiera del vino e dell’olio, della cantina e del frantoio. **(G.N.)** *cod 14151*

INFORMAZIONI UTILI

Dove: Veronafiere
viale del Lavoro 8, Verona
Quando: da giovedì 8
a lunedì 12 aprile 2010
Orario: da giovedì a domenica
continuato dalle 9.30 alle 18.30;
lunedì orario continuato
dalle 9.30 alle 16.30
Ingresso: giornaliero € 40
(online € 35); abbonamento
5 giornate € 80 (online € 70)
Help phone: 045 8298854



I NUMERI DELL’EDIZIONE 2009

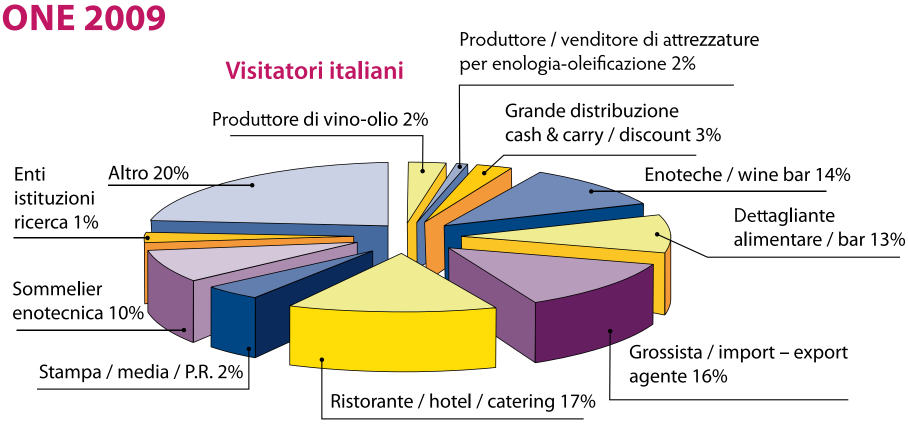
92.325 m² la superficie netta utilizzata

4.213 espositori di cui 126 esteri

151.216 visitatori di cui 45.083 esteri (+9% rispetto all’edizione 2008)

2.298 giornalisti di cui 345 della stampa estera

112 Nazioni che hanno partecipato come espositori





Additivi
Dalla bugia del divieto all'obbligo dell'informazione

di Alberto Lupini

Tanto tuonò, che piovve. Le bugie dell'on. **Francesca Martini** (*nella foto, elaborazione grafica*) e di "Striscia la notizia" hanno davvero le gambe corte e il naso lungo. Anzi, in questo caso si potrebbe parlare di un collo lungo, quello di un'oca. Sì, perché la sottosegretario alla Salute si è fatta tirare in torta dalla banda di Ricci & Company nella crociata da talebana contro gli additivi e alla fine si è trovata con un pugno di mosche in mano: nessun divieto ma "solo" la prescrizione ai ristoratori (in vigore dal 19 febbraio 2010) di indicare l'utilizzo di quei componenti e quelle lavorazioni che in diretta tv su Mediaset la Martini aveva bollato come pericolosi.

Ma come, ci chiediamo, dopo tutto il clamore fatto alla fine si è arrivati alla prescrizione che "Italia a Tavola" chiedeva da mesi? Cioè dare indicazioni precise su ciò che è contenuto nelle pietanze. Ma per arrivare a questo era proprio necessario criminalizzare i cuochi in tv? Davvero si dovevano creare tutti questi dubbi fra i consumatori? E tutto, si badi bene, senza nemmeno essere un po' più garantisti verso i consumatori sospendendo almeno quegli additivi "a rischio" che secondo molti centri di ricerca "potrebbero" creare dei problemi in soggetti a rischio. Sarebbe bastato indicare 3 o 4 degli additivi realmente pericolosi e il risultato di fare almeno un po' di chiarezza ci sarebbe stato. Ma vediamo nel concreto cosa prescrive l'Ordinanza del ministero della Salute del 29 gennaio 2010 (pubblicata sulla Gazzetta ufficiale n. 40 del 18/02/2010), dal titolo "Misure urgenti in merito alla tutela della salute del consumatore con riguardo al settore della ristorazione (10A02089)".

Leggendola tutta si scopre che non ci sono divieti per i cosiddetti "additivi chimici", ma solo l'obbligo per i ristoratori di informare i clienti fino al 31 dicembre 2010. Dopo quella data si tornerà indietro... Nei due articoli dell'ordinanza (più una decina di commi) si legge in particolare: «Chiunque operi nel settore della ristorazione deve assicurare la corretta informazione ai consumatori sull'aggiunta di additivi e di miscele di additivi nelle preparazioni alimentari dallo stesso effettuate». Fin qui tutto bene, è il risultato che ci aspettavamo. Ma tutto questo sulla base di un testo che segue che rappresenta un'autentica presa in giro. Prima si afferma infatti che «a chiunque operi nel settore della ristorazione è fatto divieto di detenere e di impiegare additivi e miscele di additivi alimentari per i quali la normativa vigente ha stabilito campi e dosi massime di impiego, fatto salvo l'impiego di edulcoranti, a

Parla il tecnologo Giubilesi: Formare è meglio che proibire

Per fare chiarezza sul caso e capire un po' di più cosa sta dietro tutto questo polverone ci siamo rivolti a **Massimo Artorige Giubilesi** (*nella foto a destra*), uno dei più autorevoli tecnologi alimentari italiani, che ritiene ingiustificato un intervento basato sul proibizionismo.
«L'obiettivo da raggiungere - spiega Giubilesi - è quello di una maggiore conoscenza. Proibire non serve a nulla, occorre puntare sull'educazione e la formazione di chi si occupa di alimenti. Questa è la vera emergenza, non già l'utilizzo di un additivo "alimentare" in più o in meno. Ciò che serve in questo momento è una qualificazione del personale che passi attraverso una formazione permanente degli operatori che sono in contatto col cibo».
Di fatto, è questa la valutazione del presidente di Giubilesi & Associati srl, non c'è bisogno di altre norme, ma solo di applicare quelle che già ci sono. I modi e le quantità dell'utilizzo degli additivi è già previsto dalla legge. «L'indicazione - aggiunge - è per un uso cauto, tanto che nella cucina artigianale o di tradizione forse non c'è nemmeno bisogno di alcuni dei più moderni prodotti...». E lo stesso discorso vale per l'uso di strumentazioni che sembrano diventate opera del demonio. Pensiamo all'uso di azoto liquido. «Non ha senso proibire uno strumento che se utilizzato bene rientra nella normale dotazione di una cucina moderna. Il problema



condizione che sia garantita la corretta informazione». Come dire che basta comunicare che è stato utilizzato un ingrediente perché il divieto salti...

Il problema è che la “ochetta talebana” si è dimenticata di fare inserire dal suo capo-Ministro dove vanno messe queste informazioni. Nel menu per ogni piatto? In una tabella all’ingresso del locale dove si indica che in cucina si usa, oltre a carne, pomodori, olio, sale e zucchero, anche l’agar-agar? Oppure basta un avviso a voce magari quando si paga il conto? E che dire delle sanzioni? Il nulla. Si vuole lasciare tutto alla discrezione dei Nas o alla legge islamica di rito Francesca Martini-Striscia la notizia?

Purtroppo ci sono altre zone di nebbia nell’ordinanza. Si legge infatti che «a chiunque operi nel settore della ristorazione è fatto divieto di detenere e di impiegare sostanze in forma gassosa ad eccezione degli additivi alimentari di cui al comma 2, fermo restando le norme vigenti in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro». E a peggiorare la situazione interviene proprio la Martini: «Basta con gli additivi chimici nei piatti. Con questa Ordinanza abbiamo voluto garantire la sicurezza degli alimenti che vengono somministrati ai nostri cittadini in qualsiasi ristorante o esercizio pubblico. Gli operatori del settore della ristorazione dovranno controllare le caratteristiche delle sostanze e degli ingredienti impiegati nella preparazione dei pasti informando il consumatore, in particolar modo per quanto riguarda la possibile presenza di allergeni. Abbiamo inoltre vietato la detenzione e l’utilizzo di qualsiasi sostanza in forma gassosa, a eccezione degli additivi che sono stati autorizzati».

Evidenti forzature di un’ordinanza che non vieta proprio nulla. In aggiunta la Martini aggiunge una dichiarazione sulla quale siamo perfettamente d’accordo, ma che non c’entra nulla con la cucina molecolare e la salute dei cittadini: «I piatti della cucina italiana non hanno bisogno di additivi perché nascono dalla tradizione e dalla bontà delle materie prime utilizzate». Che dire, se la sottosegretario Francesca Martini si è tanto operata per condannare la scivolata di gusto di Beppe Bigazzi sui gatti (che soprattutto in Veneto, dove è nata la Martini, fanno parte della storia e della cultura alimentare), vista la figura un po’ da oca che ha fatto, forse è meglio che emani al più presto un’ordinanza per vietare l’utilizzo di questi pennuti in cucina, altrimenti potrebbe correre il rischio di finire sulle tavole di qualche molecolarista indignato dalle strumentalizzazioni, dalle bugie e dalla mancanza di determinazione. *cod 14254*

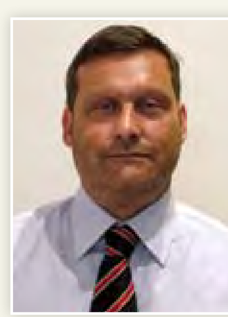


è di formare il personale all’utilizzo corretto, ma così come si fa con i coltelli, i forni o gli abbattitori... Il rischio incidente sul lavoro vale per qualunque operazione in cucina come in altri ambienti di lavoro».

La questione è sempre quella della cultura e della formazione. «Pensiamo all’atomo - dice Giubilesi - usato bene serve alla medicina nucleare, male porta alla bomba atomica. In cucina non ci sono questi estremi, ma l’addestramento eviterebbe ogni rischio».

Ma ci sono additivi pericolosi? «Non c’è alcuna tossicologia negativa per i prodotti più diffusi nei ristoranti, nelle pasticcerie o nelle gelaterie. E nemmeno per tecniche come quella dell’azoto. Certo non tutte le categorie degli additivi sono uguali e bisognerebbe distinguere. Spesso chiedo ai cuochi perché usano un prodotto invece di un altro e le risposte spesso sono un po’ vaghe, perché nascondono scarsa conoscenza del prodotto. Se c’è un rischio sta proprio in questo: bisogna conoscerli per non sbagliare magari le dosi, nel qual caso di si potrebbero creare problemi. Ma questo vale per ogni cosa se si tiene conto delle patologie di intolleranze e allergie diffuse».



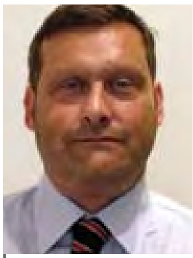


Non dimentichiamo che anche l’aglio o le cozze possono causare uno shock anafilattico. Per non parlare di prodotti usati dall’industria come gli aromatizzanti derivati dal petrolio per dare profumo di tartufo ad ogni cosa.

«I correttori di acidità - aggiunge Giubilesi - sono spesso indispensabili, come gli emulsionanti in pasticceria. I coloranti o gli aromatizzanti invece sarebbero da escludere sempre, ma anche nell’industria. Come dire, bisogna mettere i puntini sulle “i”». I puntini sulle “i” sembrano intanto averli messi i Nas quando hanno sequestrato l’anno scorso molte confezioni di Texturas... «E hanno fatto bene - dice Giubilesi - ma non perché la Texturas sia pericolosa in sé. Erano sbagliate le etichette. Non erano rispettate le norme che prevedono che si indichi che un prodotto è per l’alimentazione, che ci siano i componenti e magari le dosi consigliate. Anche in questo caso il problema è quello della formazione. In un tempo come il nostro basato sull’innovazione, la tecnologia non può non entrare in cucina, ma lo deve fare con un’adeguata formazione che la sostiene. I danni in cucina non si fanno (se ci sono) solo perché si utilizzano male additivi in sé non pericolosi. C’è chi non sa usare il forno a bassa temperatura e sbaglia i tempi o chi fa danni con l’abbattitore. Per questo ci sono precise norme di utilizzo e tabelle da rispettare e da indicare nei manuali di Haccp. Vietarne l’uso è andare contro corrente, obbligare a un uso corretto e responsabile è invece segno di civiltà e attenzione al cittadino-consumatore». Come dire che anche in questo caso non c’è nulla di nuovo da proibire. C’è solo da applicare la legge e aiutare i cuochi a essere aggiornati, obbligandoli invece a indicare dosi e ingredienti dei piatti. Così si aiuta la ristorazione italiana e si fa un servizio ai consumatori. *cod 14026*



Sanificare al meglio nei pubblici esercizi



Massimo Giubilesi
Tecnologo alimentare aggiorna sulle norme di maggior attualità per la gestione

di Massimo Giubilesi

Rischio di tossinfezioni, ambienti di lavoro poco puliti, scarsa formazione degli operatori, limitata manutenzione, possibili infestazioni da roditori e blatte. Sono queste le emergenze che caratterizzano i pubblici esercizi alimentari italiani e stranieri che non rispettano le principali norme igieniche. Sanificare è un'operazione delicata, che contribuisce a garantire la sicurezza alimentare, ed è finalizzata a eliminare lo sporco generato durante il processo produttivo, riducendo a livelli accettabili il rischio di contaminazione secondaria sugli alimenti. Richiede pertanto operatori motivati, formati e consapevoli di dover raggiungere obiettivi di igiene e sicurezza, indispensabili per proteggere le imprese e tutelare la salute dei propri clienti.

Per sanificazione si intende il processo combinato di detergenza e disinfezione, capace di rendere una superficie in condizioni ottimali di igiene, ossia, pulita e priva di microorganismi patogeni (profilo biologico). L'area interessata deve risultare pulita anche sotto il profilo fisico (assenza di sporco visibile dovuto a residui, polvere, unto, grasso sintetico) e chimico (assenza di sporco visibile dovuto a prodotti chimici utilizzati). Come si sa la natura dello sporco è molteplice: zuccherina, proteica, grassa, minerale e si può rimuovere mediante principi attivi (tensioattivi) che facilitano

Tipologia del rischio	Fase del processo	Superfici interessate	Trattamento	Frequenza
ELEVATO	Lavorazione Manipolazione	Tutte quelle a contatto diretto con gli alimenti (taglieri, coltelli, utensili...)	Sanificazione	Al termine dell'utilizzo/ giornaliera
MEDIO	Conservazione a temperatura controllata Mantenimento	Tutte quelle non a contatto diretto con gli alimenti, ma che possono essere fonte di contaminazione (frigoriferi, banchi freddi, pareti piastrellate, pavimenti di produzione, bidoni dei rifiuti...)	Sanificazione	Settimanale
MINIMO	Conservazione a secco Parti comuni	Tutte quelle che non sono coinvolte nel processo di produzione (magazzini, parti illuminanti, pareti, pavimenti di ambienti generici, serramenti)	Spolveratura e detersione	Mensile/ periodica

COME GARANTIRE UNO STANDARD IGIENICO ADEGUATO

1 Utilizzare prodotti chimici idonei con scheda tecnica e di sicurezza
2 Rispettare tempi e modalità di utilizzo segnalate dal produttore
3 Pulire e disinfettare le attrezzature al termine del servizio
4 Utilizzare bidoni dei rifiuti con comando a pedale
5 Eliminare rapidamente i rifiuti dalle aree di lavorazione
6 Proteggere le finestre con reti antinsetto
7 Mantenere puliti e ordinati spogliatoi e servizi igienici
8 Eliminare materiali e attrezzature inutilizzati
9 Effettuare trattamenti regolari di disinfestazione (almeno 4 volte/anno)
10 Sigillare crepe e fori nei pavimenti, rivestimenti, controsoffitti



la penetrazione dell'acqua negli interstizi difficilmente raggiungibili. I principi attivi si classificano in anionici (saponi schiumogeni), non ionici (con alto potere detergente), cationici (con alto potere schiumogeno) e anfoteri, e si diversificano in base al loro impiego. I detergenti abrasivi (acidi) sono utilizzati per rimuovere le incrostazioni organiche, quelli neutri per lo sporco agglomerato e il grasso leggero, gli alcalini per lo sporco organico, i detergenti caustici per lo sporco più ostinato.

Non esiste un detergente universale per ogni operazione, quindi è opportuno optare per un detergente miscelato correttamente a seconda della natura dello sporco, della temperatura di lavaggio, della tipologia di superficie e delle caratteristiche dell'acqua.



Le operazioni di sanificazione devono avvenire in fasce orarie differenti da quelle di lavorazione, somministrazione e vendita degli alimenti. L'operatore deve interrompere i flussi energetici dei macchinari e indossare dispositivi di protezione (guanti, mascherina...). Le fasi di sanificazione riguardano: asportazione dei residui visibili, detergenza, 1° risciacquo e disinfezione, 2° risciacquo e asciugatura. La sequenza corretta di ogni operazione, associata a un'opportuna frequenza di intervento, permette di prevenire la deposizione di residui organici e la conseguente proliferazione batterica. Alla base di qualunque tipo di lavaggio interagiscono quattro parametri:

- temperatura
- azione meccanica
- tempo
- azione chimica

Ciascuna fase del processo di lavaggio è esposta a particolari rischi igienici che possono essere ridotti al minimo, utilizzando un'adeguata tipologia di trattamento e una corretta frequenza, come indicato nella tabella nella pagina accanto. Una superficie è sanificata quando è priva di tracce contaminanti, non risulta untuosa al tatto, è inodore, non annerisce un fazzoletto di carta bianco strisciato, l'acqua versata cola uniformemente senza separarsi in goccioline, ha una presenza ridotta di microrganismi (controlli di igiene con tampone o piastra), non ha presenza di residui di alimenti (controlli di igiene con ricerca di proteine/sostanze riducenti o ricerca Atp).

Quali caratteristiche deve possedere un buon disinfettante? Innanzitutto deve garantire un'attività ad ampio spettro e un'adeguata velocità d'azione, assicurando una protezione duratura della superficie sanificata. Non deve presentare effetti collaterali per le superfici (corrosioni) e per l'operatore (irritazioni cutanee e respiratorie) ed è opportuno che sia facilmente risciacquabile. Nel



settore ristorazione i disinfettati sono caratterizzati da principi attivi, quali: cloro, sali di ammonio quaternario, anfoteri, amine e alcoli, alcuni dei quali, combinati tra loro, sono efficaci contro lieviti e muffe.

Rispetto al lavaggio manuale, quello automatico consente un risparmio di tempo e una maggiore sanificazione delle stoviglie, garantendo la salubrità degli alimenti. La lavastoviglie consente di pulire e sanificare, lavando con acqua molto calda (tra 55 e 65°C, mentre il risciacquo raggiunge 80 e 90°C). Inoltre, utilizza detergenti caustici, che non potrebbero essere usati manualmente e che sono indicati contro lo sporco e i microrganismi. Permette di evitare l'asciugatura manuale, una fase che, se viene eseguita con poca cura, rischia di compromettere tutto il processo di sanificazione. *cod 14301*

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:
Giubilesi & Associati
Tel 02 39313088 - Fax 02 39314240
www.giubilesiassociati.com



Jre per la qualità

Orti garantiti e pranzi sull'Alitalia

Aria nuova, progetti e tante iniziative interessanti per i Jeunes restaurateurs d'Europe (Jre) in Italia. I 55 giovani ristoratori-patron, più altri 24 onorari che hanno superato l'età massima, guidati da **Emanuele Scarello** (*nella foto a sinistra*) si pongono oggi come un esempio di innovatori entusiasti, ma al tempo stesso interpreti e difensori della cucina tradizionale e della qualità delle materie prime.
E proprio per dare un senso forte alla loro scelta per il territorio hanno presentato a Colorno (Pr), nella sede di Alma, la scuola di alta cucina italiana, l'iniziativa degli orti di prossimità. Grazie alla collaborazione con Agia (i giovani agricoltori della Cia, rappresentati dalla presidente Gianfranca Pirisi), tutti i ristoranti dell'associazione adotteranno un orto vicino al locale così da garantire produzioni fresche e locali. Un modo, come ha ricordato il presidente Scarello per dare un senso concreto a una "Ristorazione diversa e sostenibile".



A fianco di questa scelta, che punta a valorizzare il made in Italy a tavola puntando sulla stagionalità e le tipicità e che secondo il vicepresidente europeo dei Jre, **Ernesto Iaccarino** (*nella foto a destra*), permette di fare dei ristoratori italiani i veri ambasciatori anche nel mondo del nostra cultura enogastronomica, l'associazione ha riproposto anche l'importante iniziativa presentata per i nuovi pasti che sono serviti sulla classe Magnifica di Alitalia (e che poi dovrebbero passare su tutte le rotte e in tutte le classi dei viaggiatori), d'intesa con Buonitalia e con il patrocinio del ministero delle Politiche agricole. Proprio il presidente di Buonitalia, Walter Brunello, ha ricordato la scelta dell'ente di puntare sui Jeunes restaurateurs d'Europe per molte iniziative di promozione dei prodotti italiani, nonché per organizzare al meglio l'Expo di Milano del 2015.

Fra le novità dell'associazione c'è anche il cambio editoriale della guida (ora stampata da Mondadori e in vendita per la prima volta in libreria a 12,90 euro) sulla quale sono presentati tutti i 55 soci effettivi (ristoratori-patron fino a 45 anni) e i 24 onorari (oltre i 45), a ciascuno dei quali sono dedicate due pagine in cui è contenuta anche una ricetta del locale.

Per i soci Jre Italia, che sommano in totale ben 65 stelle Michelin, ci sono poi altre novità sul piano della comunicazione. Abbandonata una testata esclusiva (Horeca Magazine) c'è stata in particolare l'apertura al grande pubblico con una rubrica mensile fissa su Cucina del *Corriere della sera* e con interventi dedicati alla stagionalità della natura su Ville Giardini. Un modo, ha ricordato Scarello, per portare a un pubblico più vasto i valori dell'associazione che si riconosce nel motto di "Talento e Passione" e nella scelta dell'alta cucina.



Proprio questi scopi, secondo Iaccarino, spiegano la richiesta dell'associazione di una maggiore attenzione richiesta ai politici alle necessità di un settore centrale per il sistema Paese, sia in Italia che all'estero (il giovane ristoratore campano gestisce ad esempio locali italiani in Marocco e in Cina). L'identità garantita dal lavoro dei ristoratori, è la posizione dei Jre, richiede però di poter essere svolta al meglio, contando ad esempio su trattamenti fiscali e reti distributive che sostengano la diffusione dei prodotti italiani nel mondo. Cosa che oggi non succede. **(A.L.)** *cod 14272*



Presenti al Vinitaly 2010
PADIGLIONE 4 STAND B3
La Vittoria ci ha preso gusto.
www.mionetto.com
MUNDUS vini
MUNDUS VINI
MEDAGLIA D'ARGENTO
Valdobbiadene D.O.C. MO
SPUMANTI D'ITALIA
CONCORSO ENOLOGICO NAZIONALE SPUMANTI D'ITALIA
NASTRO D'ORO
Sergio MO
DIPLOMA DI MERITO
Prosecco di Valdobbiadene D.O.C. Prestige
Prosecco V.S.A.Q. Extra Dry Prestige
IWSC
INTERNATIONAL WINE & SPIRIT COMPETITION
MEDAGLIA D'ARGENTO
Best in Class
Sergio MO
Sergio Rosé MO
Valdobbiadene D.O.C. MO
MEDAGLIA D'ARGENTO
Cartizze MO
Concours Mondial
CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES
MEDAGLIA D'ARGENTO
Valdobbiadene D.O.C. MO
DECANTER WORLD WINE AWARDS
MEDAGLIA DI BRONZO
Valdobbiadene D.O.C. MO
COMMENDED
Sergio Rosé MO
vinitaly
CONCORSO ENOLOGICO INTERNAZIONALE VINITALY
GRAN MENZIONE
Sergio MO
Sergio Rosé MO
FONDATA NEL 1887
MIONETTO
Bollicine Italiane

Mille associazioni di settore per un solo "Made in Italy"

Uno dei più noti cuochi italiani che lavorano all'estero, il 36enne **Emanuele Esposito** (*nella foto sotto*), executive chef del ristorante Il Villaggio a Jeddah (Arabia Saudita) e promotore, insieme a Vincenzo Raschella, dell'evento "Mediterraneans - A journey through the italian food history", incontro dedicato alle produzioni agroalimentari e alla cucina tricolore di qualità, prende posizione e apre un dibattito sul tema della promozione del Made in Italy all'estero e sulla valorizzazione della Cucina italiana nel mondo.
Di seguito pubblichiamo la sua lettera aperta, invitando i lettori a partecipare al dibattito esprimendo il proprio parere. *cod 14267*



"Avete mai contato quante associazioni e gruppi esistono nel mondo della gastronomia in Italia? Solo quelle ufficiali, cioè con un riconoscimento governativo e/o regionale, sono ben 1.479, tutte in difesa della Cucina italiana. Se poi aggiungiamo altre associazioni che operano nel mondo, Consorzi, Regioni e Ministeri, abbiamo un esercito di difensori della grande Cucina italiana. Ma se guardiamo i numeri spesi per la promozione del "Made in Italy" ci accorgiamo che il bilancio è negativo in termini di esportazioni, cioè spendiamo un euro per ricevere lo 0,10% del profitto, e se aggiungiamo costi di trasporto e altro le aziende italiane ci rimettono. I dati Istat parlano chiaro, nel 2009 abbiamo perso 105 milioni di euro, -25% rispetto all'anno precedente. C'è stata la crisi ma ciò non giustifica la spesa per la promozione. Tuttavia c'è stata un leggera ripresa nei primi mesi del 2010.

«L'auspicio - sottolinea Confagricoltura - è che il 2010 possa essere l'anno di ripresa dell'export agroalimentare, anche se preoccupano le ulteriori agevolazioni negli scambi tra l'Unione europea e importanti Paesi mediterranei (con concessioni significative a Israele, Egitto, Marocco). Le possibilità per il rilancio del Made in Italy agricolo-alimentare ci sono, ma occorrono investimenti e agevolazioni che possano migliorarne la competitività sui mercati».



Adesso io mi domando, stupidamente: ma ne vale la pena? Non è meglio creare un unico soggetto di promozione con il controllo dei vari Ministeri competenti? Ci fu un tentativo di una Commissione parlamentare per la tutela dei ristoranti italiani, quando al ministero delle Politiche agricole c'era Gianni Alemanno, poi timidamente seguito da Paolo De Castro, poi più niente. Il tentativo di una legge in merito promossa dalla senatrice Antonella Rebuzzi è finita in qualche scaffale dell'archivio del Parlamento italiano.

Io sono convinto di una sola cosa, e su questo non ho paura di affrontare l'esercito dei contrari: se riuscissimo a mettere insieme le forze porteremmo a casa grandi risultati, il problema è che noi italiani in questo non siamo mai stati capaci, siamo immaturi e ognuno pensa solo al suo mulino. Non è così che si ottengono i risultati, facciamo solo del male alla nostra cucina, al contrario dei francesi, popolo unito. Noi siamo uniti solo quando c'è la Nazionale di calcio, ma forse nemmeno in quella occasione, perché diventiamo tutti commissari tecnici. Forse per questo l'Italia si ritrova con simili problematiche, siamo sempre pronti a criticare tutto e tutti. Vorrei invece vedervi all'opera.

La mia non vuole essere affatto un polemica contro le associazioni, i gruppi e tutti coloro che lavorano per promuovere l'Italia all'estero, ci mancherebbe. È invece una sorta di appello affinché noi tutti prendiamo coscienza delle problematiche e portiamo avanti una linea comune. Mi rendo conto che è difficile mettere insieme un esercito di promotori del Made in Italy sotto una sola bandiera, ma non è impossibile, basta crederci. In fondo tutti lavoriamo per lo stesso scopo, quindi perché non farlo insieme?

Con sincerità e rispetto verso il prossimo sono qui che attenderò le vostre bombe, siate sieri e creiamo le situazioni per mettere insieme tutte le idee (mi rivolgo anche a tutti giornalisti).

Emanuele Esposito"


Forni Ceky
Forni CEKY.
Belli fuori, Belli dentro.
FORNI CEKY TEL.030/9977245

Philippe Gobet esporta le *haute cuisine française*

di Sergio Mei

Philippe Gobet (*nella foto*), oltre a essere considerato il “Meilleur ouvrier de cuisine” (miglior operaio di cucina) di Francia, è anche direttore dell’Ecole Lenôtre di Plaisir, ubicata nelle vicinanze di Parigi, creata nel 1971 come prima scuola francese di formazione e di perfezionamento gastronomico di risonanza internazionale. È aperta a idee nuove ma anche custode delle tradizioni. Un istituto, quindi, che realizza una perfetta sintesi di passato, presente e futuro.



Sergio Mei
Executive chef del Four Season di Milano, presenta i suoi colleghi

Da grande estimatore della cucina italiana e da anni amico fedele, Philippe Gobet è stato invitato numerose volte nel nostro Paese. Ricordo le serate gastronomiche benefiche per il trattamento contro la leucemia, organizzate da Ibiscus in collaborazione con l’Associazione italiana sommelier di Siracusa, e quelle con l’Associazione cuochi Aretusei dove Gobet ha cucinato con il sottoscritto e con Adelio Sironi, oggi chef dell’Hotel Baglioni di Milano.

Poi nel 2005 la sua partecipazione al Simposio tecnico di accademia per i maestri pasticceri italiani alla CastAlimenti di Brescia, dove ha presentato la storia e la filosofia della sua scuola attraverso alcune preparazioni dolciarie che ne hanno consolidato la tradizione. Davanti a un pubblico di pasticceri di ristoranti che hanno raccolto nuovi spunti e suggerimenti per i loro dessert, si sono succedute ricette gustose e raffinate come la gelatina di mango, la mirabella e la confettura di latte calda e fredda, il tè verde Assan, lo sciroppo di gelato all’olio di oliva e spiedino di pomodorini e molte altre ancora.



Dovunque è andato, Philippe Gobet ha imposto la sua autorevolezza. Da ricordare la sua partecipazione nel 2008 alla manifestazione “Grandi chef internazionali” alla Promenade du Port di Montecarlo, quando per i Principi di Monaco hanno cucinato: Gobet per Parigi, il sottoscritto per Milano, Alberico Penati per Londra, Angelo Agliano per Montecarlo, Davide Bisseto per Aiaccio (Corsica).

Già collaboratore di Joel Robuchon, instaura oggi numerose collaborazioni all’estero per la diffusione della cultura gastronomica francese, orientandosi con sempre maggior convinzione e successo nell’arte della pasticceria. Nel 1993 ottiene, come già detto, la qualifica di “Meilleur ouvrier de France” in cucina e pubblica i suoi primi libri. Nel 1986 entra nella scuola Lenôtre come docente di pasticceria e di cucina e ne diventa direttore nel 2003.

cod 14040

le ricette di Sergio Mei

Fegato di vitello arrostito con frutta

INGREDIENTI: 450 g di fegato di vitello, 100 g di lardo, 100 g di cipolla rossa a petali, 6 spicchi di mela e altrettanti di pera, pesche noci, susine gialle, ciliegie di Vignola, bastoncini di arancio condito, bastoncini di citronella lunghi 6-7 cm, 10 g di pistacchi di Bronte sgusciati, 60 ml di passito di Latinia, 6 olive nere infornate, sale marino fino delle isole Egadi, pepe nero di mulinello

PREPARAZIONE: scaldare una casseruola di rame su un treppiede con fuoco di legna di albero da frutto, unire il lardo e farlo sciogliere, aggiungere il fegato in un pezzo unico, la cipolla e la citronella e fare caramellare.

Aggiungere in ordine, secondo il loro grado di maturazione, la mela, la pera, le pesche, le susine, le ciliegie (denocciolate e tagliate a metà, poi infilzate in uno spiedino di citronella), l’arancio candito, i pistacchi e le olive.

Quando la frutta si è caramellata, toglierla dalla casseruola e terminare la cottura del fegato coprendolo con un coperchio e condendolo con sale e pepe. Terminata la cottura, togliere il fegato e declassare la casseruola con il vino passito e fare addensare.

Per la presentazione: unire nella casseruola il fegato e la frutta e lasciare insaporire prima di servire.



Knam stupisce ancora

Al concorso Icam trionfa "Semplicemente Dolce" una delicata e speziata mousse al cioccolato



Entusiasmante finale per la 5ª edizione del concorso Icam Linea Professionale, che ha visto assegnare la meritata vittoria a Ernst Knam. Al secondo e terzo posto Francesco Manfredi di Teggiano (Sa) e Gaetano Mignano di Monte di Procida (Na). Ha chiuso la rosa dei vincitori Mario Primo Mosconi, al quale la giuria ha assegnato una menzione speciale per la "Miglior presentazione artistica".

Nato a Tettnang (Germania) ma milanese d'adozione da oltre 20 anni, dopo varie esperienze internazionali nel 1992 ha deciso di intraprendere una carriera da solista aprendo, a pochi passi dal centro di Milano, l'Antica Arte del Dolce.

Knam ha saputo interpretare con creatività e maestria il tema del concorso "Monoporzioni al cioccolato" aggiudicandosi


da sinistra Ernst Knam, Francesco Manfredi, Gaetano Mignano e Mario Primo Mosconi

la fiammante Fiat 500 in palio con il suo "Semplicemente Dolce". La monoporzione composta da Mousse cioccolato Peru/Vanini con ganache e confit all'arancia, feuilletine alla vaniglia, cake all'arancia e pepe della Tasmania è stata votata dagli 8 giurati con il massimo del punteggio per morbidezza, equilibrio, uso delle spezie, sapienza di esecuzione e bellezza. *cod 14114*

GARA DI PIZZE ACROBATICHE NEL PIZZA JOCKEY VINCE PEPPE TALIANO - A "Sapore" di Rimini dà spettacolo il Campionato mondiale dei pizzaioli. Nell'appassionante "Pizza Jockey" a imporsi è stato Giuseppe "Peppe" Taliano, che per un solo punto ha battuto Alex Monterosso. Nelle altre gare a farla da padrone è stato il palermitano Rosario Mulè, che con i sapori decisi della Sicilia ha trionfato sia nella categoria "KamutPizza" che in quella "Pizza classica tonda". *cod 14306*

I CUOCHI SCALDANO I FORNELLI PER GLI INTERNAZIONALI D'ITALIA
Dal 7 all'11 marzo a Marina di Carrara, nell'ambito di Carrara Fiere, si svolgeranno, sotto l'egida della Federazione italiana cuochi, due competizioni gastronomiche. Una, gli Internazionali d'Italia 2010 per cuochi e pasticcieri professionisti, l'altra, il Big cooking chef contest, ai giovani soci Fic sotto i 25 anni. Gli Internazionali prevedono: un concorso di cucina calda, un altro di cucina e pasticceria fredda e, poi, un concorso di cucina e pasticceria artistica. *cod 14287*



Finger food
I top d'Italia sono di due siciliani

Pietro Arezzi e Fabio Mancuso sono i campioni assoluti rispettivamente per la categoria finger food caldo e freddo. Dopo lo straordinario successo della prima edizione, si è tenuto, in occasione dell'11ª Fiera "Tecnobar & food", il Campionato italiano di finger food - Chef in punta di dita, in una prestigiosa 2ª edizione avvalorata dal suggestivo sfondo della Galleria del vino, centro nevralgico della Fiera di Padova. *cod 14154*

Comi, da allievo a "dolce" maestro al Fatùr di Cisano

Da allievo a maestro di pasticceria. È l'evoluzione professionale che sta vivendo **Matteo Comi**, giovane cuoco e pasticcere, titolare con il fratello Patrizio e i genitori Pierangelo e Bruna, del ristorante-albergo Fatùr di Cisano Bergamasco (Bg). La passione di Matteo lo ha portato negli anni scorsi alla scuola di qualificati pasticceri. Quasi due anni fa l'apertura della Dolceria Fatùr: una passione per la pasticceria che è diventata contagiosa. «Sono stati i miei stessi clienti - afferma Matteo - a dirmi di salire in cattedra e fare loro lezioni di pasticceria. Così ho iniziato a fare dei brevi corsi a tema».

"Serenate di gusto" è il titolo dato alla serie di lezioni che si svolgeranno venerdì 19 marzo (I biscotti da credenza) e venerdì 16 aprile (Torte fresche per la bella stagione), sempre dalle 20.30 alle 22.30. Info allo 035 4364090, **teo.comi@libero.it**. **(R.V.)** *cod 14138*

Riforma scuole alberghiere Mancano soldi e stage

di Alfredo Zini



A giudicare dal gran chiasso che la riforma scolastica ha suscitato, se non si leggesse il testo del provvedimento, verrebbe da pensare a uno stravolgimento delle tradizioni e delle abitudini della scuola, a una rivoluzione della vita scolastica, a partire dalla primaria (forse anche dalla materna), per arrivare all'Università.

Le polemiche hanno imperversato sulle televisioni e fiumi di inchiostro hanno riempito i giornali. E così sono andato a spulciare parola per parola la riforma, ansioso di capire in che modo potesse apportare cambiamenti nell'ambito della formazione della scuola secondaria, con riferimento agli istituti di formazione alberghiera o comunque legati al turismo. Niente. Neanche una parola, neanche una virgola.

Gli istituti professionali turistico alberghieri hanno bisogno di maggiori risorse economiche per formare studenti in grado di entrare nel mondo del lavoro preparati, in possesso dei requisiti necessari per affrontare l'attività lavorativa, con adeguata manualità e professionalità. Questi istituti professionali, purtroppo, fatte salve le dovute eccezioni, sono molto teorici e raramente prevedono una formazione pratica, un contatto diretto con il mondo del lavoro. Troppi istituti sono in condizioni fatiscenti, non hanno aule dotate di attrezzature e strumenti che possano consentire agli insegnanti di mettere gli studenti nella condizione di imparare un mestiere.



Alfredo Zini
Consigliere delegato Fipe-Confcommercio affronta i temi sindacali del settore

Gli stage in azienda, per esempio, vengono effettuati solo al terzo anno scolastico e non sono più previsti per i due anni successivi; ritengo invece che sia necessario garantire agli studenti, proprio dal terzo anno in poi, fino alla fine del percorso scolastico, di fare molta pratica, di essere messi nella condizione di coniugare gli elementi teorici acquisiti con gli aspetti pratici della professione che andranno a svolgere. Ciò consentirebbe loro di affrontare qualsiasi situazione lavorativa, senza essere costretti a frequentare corsi di formazione successivi, della durata di 120 ore circa, il cui costo grava sulle aziende, che non sempre sono in grado di sostenerlo. È dunque necessaria una riforma dei programmi degli istituti professionali turistico alberghieri che prevedano un più stretto contatto con il mondo del lavoro. Il corpo docente dovrebbe essere messo in condizione di confrontarsi con chi opera sul mercato, di frequentare corsi di aggiornamento per aumentare la propria competenza e di mantenere un costante contatto con il mondo del lavoro.

Una delle maggiori entrate economiche per il nostro Paese è il turismo e se l'investimento per la formazione di operatori del turismo continuerà a essere quasi nullo e se non si interverrà in maniera efficace per potenziare la scuola, si rischierà di perdere ancora posizioni nella classifica dei Paesi più visitati del mondo. Dobbiamo puntare su qualità e accoglienza, unendo alla fantasia la professionalità degli operatori del turismo e della ristorazione.

Per il momento continuerà a essere compito di noi ristoratori completare la formazione di tanti ragazzi e ragazze che si avvicinano al nostro mondo lavorativo e che sono intenzionati a intraprendere il nostro meraviglioso lavoro. *cod 14262*

FIPE, LINO STOPPANI ANCORA PRESIDENTE

Lino Enrico Stoppani è stato riconfermato presidente per acclamazione durante l'assemblea per il rinnovo ordinario delle cariche della Federazione italiana pubblici esercizi. Avrà il compito di guidare il settore degli esercenti in un contesto economico provato dalla crisi, con un panorama legislativo in evoluzione. *cod 14305*



Ristorazione e stampa di settore Non è tutto oro quel che luccica

di Matteo Scibilia

Nonostante sappia già che l'argomento non sarà di gradimento, insisto su un aspetto che credo sia di interesse per tanti. Prendo spunto dalla copertina di Mixer, magazine di Fipe e Fiera Milano che si rivolge ai pubblici esercizi. Cosa c'è in copertina del numero di febbraio 2010? C'è il solito ristorante, con il solito famoso chef attorniato dalla sua brigata di sala e cucina, ben 16 persone in tutto. Dov'è il problema? Il ristorante è all'interno di un grande e famoso albergo di Roma, e fin qui nulla di strano. Ci sono però almeno tre aspetti che non riesco a capire.

Primo, le guide sempre più premiano i cuochi "dipendenti", che appunto pur essendo cuochi manager non hanno responsabilità imprenditoriali. Continuo a sostenere che c'è una differenza tra chi è uno chef-proprietario, che tutte le mattine, oltre a curare la cucina, deve occuparsi di sala, banche, commercialista, gestione del personale, dei rappresentanti, di far la spesa e magari tenersi aggiornato con fiere, eventi o scuole: per fare tutto non bastano le 10-12 ore che abitualmente si passano in un medio ristorante di qualità. Ci mancherebbe altro che uno chef che deve solo occuparsi della cucina tutto il giorno non sia bravo, o almeno che non sia in grado di esprimere al meglio le sue capacità professionali.

Direttamente proporzionale è l'aspetto dei conti. Tutti noi sappiamo che spesso i costi del ristorante di un albergo sono spalmati sulle camere, perché spesso il prestigio di un ristorante d'albergo è legato al prestigio dello stesso chef, cioè l'albergo pur di ottenere un riconoscimento, investe nella struttura ristorativa molto più di un qualsiasi ristorante tradizionale. Mi hanno riferito di promozioni alberghiere estreme: cena per due, camera quasi gratis. La realtà è che ormai molti dei grandi chef lavorano per aziende vinicole, aziende della moda, aziende edili: tutte realtà imprenditoriali che per ottenere un ritorno d'immagine investono molto nella ristorazione. Senza toccare il mondo delle navi da crociera, che si stanno facendo il "lifting" puntando sulla ristorazione di qualità. Anche se il turnover degli chef è altissimo.



Matteo Scibilia
Buona condotta di Ornago, consigliere del ministero dei Beni culturali

Fin qui ancora tutto bene, ognuno in casa propria fa quello che vuole. Ma il terzo punto sta esattamente in questo. Per la ristorazione di qualità, con in media 5-8 dipendenti, la concorrenza è spietata, senza dimenticare che queste strutture spesso raccolgono "gratis" tutte le espressioni di stage delle scuole del territorio. Qual è allora il futuro della Ristorazione media italiana, che è poi la spina dorsale del settore? Tornando al punto di partenza, la rivista Mixer (ma il vizio è di tante riviste del settore) utilizza il grande chef, il grande ristorante come vetrina per attirare consenso, ma poi è farcita di pubblicità di sorbettiere o macchine per pizza o pasta surgelata. Chiedo solo un po' di coerenza... *cod 14282*



Lusso in tutti i bar

Luxury drink non solo negli "stellati" ma alla portata di tutti i barman

di Carmine Lamorte



Parlare di lusso nel settore bar potrebbe far pensare a qualcosa di lontano, di inarrivabile per molti. Invece oggi il lusso nel mondo dei cocktail è più che mai alla portata dei nostri clienti, senza che questi debbano per forza andare in hotel, bar o ristoranti stellati. Se la qualità della manodopera è venuta un po' meno (e in futuro lo sarà sempre più), le aziende sono riuscite a compensare questa lacuna professionale, migliorando e immettendo sul mercato tutta una serie di liquori e distillati di altissima qualità, dove oltre al packaging si è molto curata la parte sensoriale e olfattiva dei prodotti. È quindi facile oggi trovare grandi whisky, grandi vodka, grandi gin, rum e tequila, grandi liquori anche in bar tradizionali.



Carmine Lamorte presenta i trend del beverage e l'aggiornamento dei barman

Sicuramente la competenza del barman dovrà essere tale da far sì che questo genere di prodotti vengano poi abilmente miscelati con ingredienti semplici e altrettanto naturali e di qualità, quali spezie, verdure, agrumi e frutta, e con scampoli di ricerca nell'extreme bartending, che ha portato alla riscoperta della mixology in puro stile Jerry Thomas (pioniere del bartending americano vissuto nell'Ottocento, *ndr*). L'abilità dovrà essere anche quella di valorizzare tali prodotti, rendendoli noti alla clientela, più che dal punto di vista merceologico, dal punto di visto olfattivo e gustativo.

L'abile professionista oggi lo potremo trovare più facilmente in uno di questi bar, non necessariamente - come detto prima - stellato, in quanto sarà la sua professionalità a dettare le stelle, piuttosto che l'arredamento di lusso. Per fare un po' di storia e citare un esempio, è da 30 anni che Oscar Cavallera, noto imprenditore del settore, sostiene questo pensiero; solo che oggi la cosa è più accentuata che mai. Infatti, credo che vi siano più professionisti ad operare in questa tipologia di bar piuttosto che nelle strutture lussuose dei bar d'albergo o dei ristoranti stellati, dove per il reparto bar si bada più all'immagine e al contenimento dei costi che alla sostanza professionale, quando non addirittura all'unione del reparto stesso con il ristorante da parte del management, dove la parola d'ordine è "tagliare e contenere i costi sulle persone".

Esprimo, comunque, molto rispetto per quei colleghi barman abili professionisti, che hanno la forza di continuare a operare ancora nel settore alberghiero stellato. Vorrei concludere dicendo che comunque esistono ancora delle eccezioni, per esempio alcuni grand hotel con abili professionisti al bar, ma, credetemi, sono veramente pochi.

Di seguito un elenco di alcuni prodotti di altissima qualità tra cui scegliere nelle diverse tipologie di liquori e distillati, per la preparazione dei luxury cocktail. *cod 14168*

Perfect apple

Cocktail di Carmine Lamorte

3,75 cl di Gin Bombay, 2,25 cl di Bacardi Apple, 1 cl di concentrato di cannella Varnelli o sciroppo, gocce di succo di limone fresco

Versare gli ingredienti nel mixing glass, aggiungere 3 spicchi di mela a pezzi e pestare. Aggiungere il ghiaccio e shakerare. Filtrare con un colino fine e con lo strainer, in una coppa ben ghiacciata. Guarnire con due fettine di mela e una stecca di cannella.



Double sex

Cocktail di Carmine Lamorte

3 cl di crema di latte vegetale, 3 cl di purea di fragole, 3 cl di Grand Marnier, 3 cl di Baileys

Versare il tutto nel mixing glass con ghiaccio, shakerare con forza. Versare il contenuto in un bicchiere capiente tipo goblet, guarnire con panna montata, sulla quale andrà versato del topping al cioccolato. Guarnire con una fragola.



Margarita rosé

Cocktail di Carmine Lamorte

3,75 cl Tequila Herradura, 2,25 cl Cointreau, 1 cl Nettare di rose (lo si può auto produrre), succo di lime fresco spremuto al momento, gocce sciroppo di zucchero

Versare gli ingredienti nel mixing glass con ghiaccio e shakerare con forza. Versare in una coppa a margarita ghiacciata, bordata con sale rosa (bagnare il bordo con una goccia di granatina). Porre una rondella di lime e due petali di rosa commestibili nel cocktail. Gusto: sour, aromatico, pungente con punte di rotondità.

Sfida all'ultimo cocktail per i top lombardi Aibes

Il concorso regionale dell'Aibes (Associazione italiana barmen e sostenitori) Lombardia si svolgerà lunedì 15 marzo a Dalmine (Bg), nella discoteca Bobadilla Feeling Club. «Sarà una giornata intensa, ricca di iniziative che coinvolgeranno professionisti di tutta la Lombardia - anticipa **Fiorenzo Colombo**, consigliere nazionale Aibes - impegnati nelle diverse competizioni proposte».

Si partirà presto, alle 8 del mattino, con la registrazione dei concorrenti che prenderanno parte alla gara per l'Espresso italiano champion: «Questa di per sé è già una grande novità - afferma Colombo - poiché è il primo concorso nazionale in questa categoria e la Lombardia è la prima regione che lo organizza. Si tratta di una competizione di professionisti della caffetteria organizzato dall'Aibes in collaborazione con l'Istituto nazionale espresso italiano (Inei)». Seguirà un concorso riservato agli studenti degli istituti alberghieri. Saranno coinvolte le realtà più significative della provincia e altre della regione, che parteciperanno con un loro rappresentante alla preparazione di un drink analcolico o leggermente alcolico.



Nel primo pomeriggio, gara degli "Emergenti": vi prenderanno parte i concorrenti che hanno vinto le finali provinciali svoltesi a Stresa al "Cedrini". Si sfideranno per aggiudicarsi un posto alla finale nazionale del 61° Concorso nazionale Aibes, che quest'anno si celebrerà a Venezia. Poi si svolgeranno le gare dei professionisti Aibes, aspiranti barman, barman e capo barman. Anche per loro, oltre agli ambiti premi, il diritto a partecipare alla finale nazionale di Venezia. Al termine, in attesa di conoscere i vincitori delle varie gare, si svolgerà la finale del concorso "Cocktail d'autore", organizzato dalla Confesercenti. Seguirà un aperitivo rinforzato, durante il quale ci saranno le premiazioni e il saluto a tutti i partecipanti. **(R.V.)** *cod 14256*

Sanremo, il drink dei vip

Riscuote consensi l'aperitivo simbolo del Festival

Continua ad aumentare il numero dei vip che apprezzano il cocktail "Sanremo", la nuova bevanda ideata e dedicata al Festival della canzone italiana. Fabrizio Moro, Simone Cristicchi, Solange, **Enrico Ruggeri** e **Mara Maionchi** (*nella foto, al centro*), ma anche il sindaco Maurizio Zoccarato e Giorgio Giuffra, presidente di Sanremo Lab, hanno promosso l'idea di avere un simbolo, cioè il cocktail, che possa richiamare l'idea della città dei fiori e della musica.

La bevanda intanto ha travalicato i confini liguri ed è approdata in Sicilia, dove sembra stia riscontrando grande curiosità e apprezzamento fra i clienti dei locali serali.

Il cocktail Sanremo, servito in un bicchiere d'autore, è composto da ingredienti rappresentativi del territorio, sapientemente dosati da uno dei più quotati barman internazionali, Giorgio Manara.

È composto dalla miscelazione di vino Rossese, tipico della costa ligure; vodka alla pesca, simbolo del periodo storico che vide Sanremo rifugio, agli inizi del secolo scorso, di molti nobili russi; lime o il limone, frutto che, con l'arancia, in ogni parte della Liguria è simbolo quasi incontrastato in piazze e giardini; uno spruzzo di profumo ai fiori tipici delle terrazze a sbalzo sul mare.
cod 14223



foto Luca Lombardi

Educare al vino è meglio L'Onav apre ai "soci young"



di Salvatore Longo

Nella nuova direzione nazionale Onav la Lombardia ha un ruolo notevole. Insieme a **Vito Intini** (*nella foto*), sono stati eletti consiglieri Simonetta Carminati, con delega all'immagine e alla comunicazione, Walter Polese, con incarico nella commissione didattica, e Fabio Finazzi. Per conoscere le linee operative abbiamo rivolto alcune domande al propresidente nazionale e responsabile organizzativo Vito Intini.

L'incarico organizzativo è conseguenza di quanto hai saputo sviluppare in Lombardia. Ritieni sia esportabile un "modello"?

Non esiste un modello esportabile perché ogni situazione ha le sue peculiarità, prima di tutto umane. Ho sempre applicato solo i principi dello "spirito dell'Onav", alla base anche del programma del presidente Calabrese: amicizia, schiettezza, sincerità, disinteresse, voglia di lavorare, spirito di sacrificio, guardare avanti senza ignorare il passato e le proprie radici e un po' di ottimismo e di razionale coraggio. Come li ho trovati finora in tutti i miei collaboratori sono certo che li troverò nelle realtà con cui verrò a contatto. Occorre studiare la situazione e capire i motivi per cui in certe aree l'Onav non è presente o non è riuscita a decollare.

Qual è l'obiettivo del quadriennio?

L'obiettivo è espresso nel programma e ribadito dal presidente: costituire sezioni territoriali in tutte le aree in cui l'Onav non è ancora presente, aiutare quelle realtà che risultano un po' statiche a svilupparsi. Costituire ovunque strutture periferiche di riferimento a livello regionale è importante per la direzione nazionale, ma soprattutto per lo sviluppo delle realtà locali.

Spesso il vino è accusato di colpe non sue. Ma educare al "bere consapevole" non è meglio che reprimere?

Certamente. Educare significa risolvere i problemi perché si agisce sul piano dell'intelligenza e della cultura. Operare solo con strumenti repressivi significa anche innestare il gioco di come sfuggire ai controlli o ingannarli. Noi come associazione che ama il vino e quindi la vita puntiamo a insegnare il "bere consapevole": come più volte ha detto il presidente Calabrese, «si beve l'acqua e si gusta il vino». Obiettivo è entrare sempre più nel mondo dei giovani per insegnare a bere meno, ma di qualità. Occorre quindi educare. Stiamo attivando una duplice attività: entrare nel mondo della scuola per far conoscere il vino e portare i giovani nelle nostre strutture. Stiamo istituendo la figura del "socio young" che godrà di notevoli privilegi e di una quota favorevole all'atto dell'iscrizione. Ogni delegazione avrà un responsabile young e sarà istituita una rappresentanza nel consiglio nazionale. La necessaria variazione statutaria è già in via di approvazione. Il bere consapevole è una battaglia in difesa del vino che non può essere condotta dall'Onav in solitudine: cerchiamo quindi la collaborazione di tutte le realtà che operano nel settore a cominciare dalle Istituzioni.

Hai accennato alla nuova figura del "socio young". Sono previste altre novità?

Sì. Nascerà la figura di "amico Onav": sarà un socio che non ha fatto il corso, ma che è vicino all'associazione collaborando attivamente, o una persona la cui adesione rappresenti un ponte per avvicinare altri appassionati. In autunno sarà organizzato il secondo livello del corso per il diploma di esperto assaggiatore. Al termine vi sarà un esame molto rigoroso poiché offrirà la possibilità, terminati gli anni di formazione, di accedere all'esame per divenire Maestro assaggiatore.

Nel programma era posto l'accento sul potenziamento degli aspetti scientifici.



Con una delle sue prime decisioni il Consiglio ha costituito un comitato scientifico alla cui presidenza è stato chiamato il prof. Vincenzo Gerbi dell'Università di Torino, inoltre è stata cooptata nel consiglio nazionale una figura di rilievo come il prof. Mario Ubigli.

Come pensate di aggiornare immagine e comunicazione?

Stiamo predisponendo profonde innovazioni: la creazione di "Onav news online", la cui direzione sarà affidata al giornalista ed esperto Guido Montaldo, la realizzazione di un nuovo sito e la ristrutturazione del tradizionale "L'Assaggiatore", che tratterà sempre più gli aspetti scientifici. *cod 14193*

Ais va a scuola da Alma

È nata la prima università per i sommelier
Fino a luglio uscite didattiche e corsi di studio ad hoc

Al via la prima edizione del master sommelier Alma-Ais, presso la sede di Alma nella Reggia di Colorno, in provincia di Parma. I partecipanti, tutti sommelier Ais provenienti da diverse regioni d'Italia, hanno espresso una forte motivazione all'apprendimento dei nuovi contenuti e una propensione all'eccellenza veramente sicura. Il master è strutturato in modo tale da fornire conoscenze teorico-pratiche molto avanzata nel campo di tutta la cultura enogastronomica di cui il vino è espressione.

Ogni lunedì, per un totale di 20 giornate, gli allievi saranno accolti secondo un programma didattico che prevede lezioni teoriche e degustazioni guidate di alto livello, il tutto supportato da ulteriori approfondimenti da effettuare tramite formazione a distanza per ottenere una preparazione integrata e in linea con le esigenze professionali di un moderno sommelier.



Per tutto il periodo del master, fino a luglio, molte giornate saranno dedicate alle uscite didattiche, sui territori, per capire come nascono le specifiche identità territoriale e come viene mantenuta e trasmessa l'eccellenza qualitativa raggiunta.

Sono poi previsti periodi di stage e di coinvolgimento degli allievi in attività lavorative sul campo, affinché la formazione ricevuta si tramuti in esperienza pratica immediata.

Direttore del master è il sommelier Luigi Bortolotti, Rossella Romani ne è il tutor scientifico. La formazione è affidata a docenti universitari, professionisti ed esperti dei diversi settori professionali, docenti Alma e a sommelier di comprovata esperienza e capacità come appunto Luigi Bortolotti, Rossella Romani, Antonello Maietta, Manuela Cornelii, Roberto Bellini, Fabrizio Marzi e altri. Ais e Alma hanno anche messo a disposizione interessanti borse di studio per i più meritevoli.

cod 14111

L'oro di Napoli

Dal 1901 Pizzeria Starita a Materdei regala "emozioni" del palato



di Vincenzo D'Antonio

Ah, la voluttà del napoletano verace nel dichiararsi, per nascita e affinità, innanzitutto declinando quartiere e poi, se del caso aggiungendo che comunque di Napoli trattasi. E se ciò è vero in primis per "posillipini" e "luciani", lo è anche per chi ha il suo naturale habitat nel cuore del cuore di Napoli, a Materdei. A Materdei si arriva in metropolitana. E a Materdei la pizzeria Starita (via Materdei 27/28, 80136 Napoli - Tel 081 5573682) esiste dal 1901 e, caso raro, sono sempre e solo generazioni di Starita che curano il locale.

Siamo alla quarta generazione: Giuseppe è il pizzaiolo, la figlia Mena in sala, la moglie Rosaria alla cassa. I tavoli sono pochi, non si prenota e quindi venire qui per la pizza contempla mettere in conto di fare la fila. Fila allietata però da bocconcini di pizza che Giuseppe fa arrivare sovente (*nella foto sotto*). Li chiama angioletti. Nella loro versione dolce, cosparsi di nutella, costituiscono il dessert della casa.

L'offerta delle pizze non è, saggiamente, sterminata. Pochissime e buonissime, vorremmo dire: marinara e margherita sopra a tutte. Da non perdere anche la versione con fiorilli e zucchine. La carta dei vini si risolve in onesto Gragnano. Ma con le pizze qui si beve birra. Il conto è intorno ai 10 euro per una deliziosa pizza. *cod 14176*





Apre a Napoli "Crudo Re" Sushi partenopeo

Crudo Re è un nuovo format di ristorazione nella centralissima piazza Vittoria a Napoli. Il ristorante propone il pesce come pietanza principale e tagliate di carne, solo per le occasioni speciali. Il format si concentra su una "cucina diretta" di alta qualità.

«È una nuova sfida culinaria - spiega lo chef **Francesco Parrella** - caratterizzata da una cucina a 4 mani con il cliente, che potrà interagire con lo chef per la preparazione del piatto». E per chi il pesce vuole sceglierlo ma mangiarlo a casa cucinato da abili mani, Crudo Re presenta l'opzione "chef a domicilio". Ai fornelli lo chef Francesco Parrella, e in sala Gianni e Leo Lotti, nomi già noti nel settore dell'enogastronomia, grazie ai piatti gourmet di "A Taverna do Rè" più volte recensiti dalla stampa di settore e dalla Guida di l'Espresso.

Il pesce e la cucina sono i veri protagonosti del locale ed è per questo che sin dalle vetrine esterne, è visibile la zona preparazione e una cucina open con pesci, molluschi e crostacei a vista. *cod 14041*

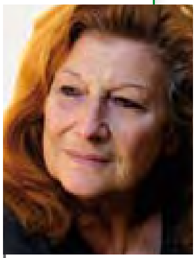
Birra incontra buona tavola: gemellaggio bergamasco

Continuando nella convinzione che i ristoranti del territorio devono collaborare tra loro e non farsi la guerra, la Trattoria Visconti di Ambivere (Bg) e il ristorante Collina di Almenno San Bartolomeo (Bg) hanno organizzato insieme una serata di abbinamento cibo-birra.

Come partner è stato scelto un noto e apprezzato birrificio artigianale, L'Orso Verde di Busto Arsizio (Va), di cui è anima il mastro birraio Cesare Gualdoni. In cucina hanno lavorato, a sei mani, per la Trattoria Visconti il cuoco Alessandro Rota con l'aiuto Michael Gambirasio e per il ristorante Collina il cuoco e titolare Mario Cornali. In sala si sono mossi molto bene, Fiorella Visconti con il figlio Daniele, sommelier. Tra le tipologie di birra prodotte ad Ambivere ne ha presentate quattro: la Wabi (ad alta fermentazione, leggera, una Golden Ale secca intensamente luppolata), Amaranta (a bassa fermentazione, corposa, complessa, armoniosa tra dolce e amaro), Rebelde (birra rossa doppio malto, profumata grazie a malti tedeschi e luppoli aromatici americani, 7,5 gradi, preferita da molti commensali); Nubia (scura, strutturata, amara, con sentori di caffè e liquirizia in primo piano). Abbinamento riuscito anche grazie all'impiego di birra in alcuni piatti. **(R.V.)** *cod 14280*

Roma eat and drink di Mariella Morosi

Piatti realizzati Ad Hoc e con passione da Laganà



Mariella Morosi
Ci guida su novità e mode della ristorazione nella capitale



Già varcando l'ingresso del locale si avverte che questo è un luogo del gusto. **Ad Hoc**, 52 coperti nelle salette di un palazzo del '400, in Via di Ripetta 43 (Tel 06 3233040), è il felice risultato di un salto senza rete nel mondo della ristorazione, opera prima di Massimiliano Laganà, appassionato cultore di cibo. I sapori sono puliti, rispettati nelle composizioni di una cucina sempre espressa, che segue le regole delle stagioni e dei mercati. Da provare la Carbonara a cubo, in tre versioni: classica con guanciale croccante, con uova gialle, pecorino romano e parmigiano e quella ai funghi chiodini e al tartufo nero di Norcia. Chi ama il pesce non può perdere la Soutè di polpo verace affogato, con pomodoro, zucchine e basilico sfumato al vino, servito su crostone. Scelta di carni, dalla blasonata chianina perfetta nell' Insalata di controfiletto con scaglie di Reggiano 24 mesi, rucola e pomodorini (*nella foto*), mentre la danese è esaltata nelle Polpettine con vellutata piccante di peperoni e pecorimo romano, affiancate da arancine al tartufo nero. Esclusi i vini, non si va oltre i 40-45 euro. *cod 13883*

Avec 55 è cucina in diretta e visioni esotiche

Definito da alcuni critici chef emergente, Raoul Reperi prima con La Ronda e ora con il nuovo **Avec 55-Laboratorio di Cucina** di Tivoli ha conquistato molti palati dimostrando uno stile deciso e di forte impronta territoriale. Fa cotture brevi e accostamenti giocati sui contrasti. La materia elaborata viene restituita al meglio e tutto è preparato all'istante: 16 coperti in tutto. Lavora in diretta su un bancone a vista, con cibi freschissimi. Da provare il Tortino di spigola ripieno di pesche calde, la Fresella con carpaccio di ricciola e verdura fresca e le Variazioni di tonno: in vasetto caldo, scottato alla piastra, come tunaburger e al caffè. Le paste e i pani sono fatti in casa e i dolci, veri peccati di gola (*nella foto a destra*), vanno dalle Variazioni di consistenze in coppa Martini al Cappuccino di crema caramellata con brioche, dal Cannolo siciliano fino al Cheese cake. Il menu offre anche proposte a tema con Fragranze e leggerezze, a base di pesce, a 39 euro, il Vegetariano a 29 e il Baby a 19. *cod 13881*



Record di stelle in Trentino Bolzano in testa

Il Trentino Alto Adige può vantare un singolare e prestigioso record: il più alto numero di ristoranti, presenti sul territorio, che hanno avuto il merito di ottenere il riconoscimento della stella Michelin. Mentre in tutto l'Alto Adige salgono a 16 portando la provincia di Bolzano a essere riconosciuta come la provincia con il maggior numero di locali stellati, a Merano e dintorni sono ora 4 i ristoranti che vantano il primato.

In città hanno ottenuto il riconoscimento il ristorante Sissi di Andrea Fenoglio e il Castel Fragsburg, guidato dal cuoco Alcis Haller. A Tirolo (Bz), invece, ha ottenuto la seconda stella il ristorante Trenkerstube all'interno dell'omonimo hotel che fonde il temperamento della montagna alla raffinatezza della cucina di Gerard Wieser. Confermata la stella al ristorante Zum Löwen, situato a Tesimo (Bz), guidato dalla cuoca Anna Matscher. **(M.F.)** *cod 14080*



Il Ciasa Salares si rinnova Ancor più charme

Tempo di cambiamenti al Ciasa Salares, hotel di charme a San Cassiano (Bz), in Alta Badia, nelle Dolomiti. Per rendere ancora più indimenticabile l'esperienza, 13 delle quaranta camere già esistenti saranno rinnovate. Da giugno 2010, inoltre, in occasione della riapertura estiva, l'Hotel offrirà ai suoi ospiti ben dodici nuove camere di categoria superiore. L'architettura sarà valorizzata da spazi più ampi e luminosi, un salotto e stanze da bagno. *cod 14064*

La Corniola di Pescocostanzo Creatività a tavola

Abruzzo, terra di contrasti. Di cucina povera e di gastronomia di eccellenza, di piccoli borghi e di larghe distese innevate. Tutti i colori di questa terra con i suoi sapori più autentici rivivono nelle ricette di Concezio Gizi, abruzzese doc, cuoco de La Corniola di Pescocostanzo (Tel 0864 642470), il ristorante aperto per coronare il sogno di una vita. Qui tutti gli ingredienti della cucina d'Abruzzo sono tenuti insieme dalla creatività e dal frutto di esperienze maturate in giro per il mondo, e danno vita a piatti sempre raffinati ma con una forte identità in cui ciò che si ricerca è sempre il gusto.

Accanto a Concezio due donne, Barbara e Laura, volti dell'accoglienza in sala e della cantina. Qui è ospitata una ricca selezione di etichette - prevalgono quelle regionali - per abbinamenti perfetti dall'aperitivo al dolce. *cod 13775*

Sapori contadini al Finil del Pret



di Bruno Federico

Giovanni e **Renato Loda Magli** (*nella foto, a sinistra e al centro*) sono i protagonisti in cucina dell'Osteria Finil del Pret nel cuore della pianura Padana, a Comezzano Cizzago, bassa Bresciana, e con il fratello **Michele** (*nella foto, a destra*) in sala. Ragazzi pieni di entusiasmo, legati al territorio e alla bontà della cucina del luogo, elaborata con sensibilità per mantenere gli straordinari sapori, ingentiliti con cotture e presentazioni moderne.



Bruno Federico
Chef e sommelier de La Caprese di Mozzo (Bg), ci presenta i suoi colleghi

Negli antipasti assaggiamo una eccezionale battuta al coltello di carne fresca di fassona con olio, sale e pepe. D'alto livello i salumi d'oca e d'anatra, con i paté dei loro fegati, tipici prodotti della cultura contadina. Proseguiamo nei primi: pregevoli risotti con i prodotti di stagione. Per la sua originalità ci ha stupito il risotto con le lumache. Ricche di sapori e profumi agresti le tagliatelle fatte in casa, condite con pasta di salame fresco saltata in padella (il "*pastùn*").

Nei secondi, di notevole spessore nella qualità e nella quantità la costatona di fassona, prodotto che proviene dal macellaio di fiducia: macelleria di antica tradizione familiare dove si scelgono i capi che vengono poi macellati al momento. Da non perdere il cosciotto d'oca, piatto da Oscar per delicatezza e intensità di sapori.



Naturalmente fatti in casa i dessert, soprattutto le crostate con frutta fresca e marmellate di preparazione domestica. Il tutto accompagnato da un'eccellente e fornita cantina, con pregiate etichette suggerite da Michele, che è anche un bravissimo sommelier professionista. *cod 14331*

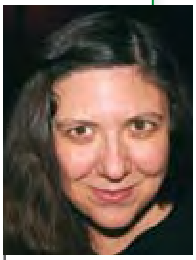
Osteria Finil del Pret
via Montello 9, 25030 Comezzano Cizzago (Bs)
Tel 030 972300
www.finildelpret.altervista.org

Milano eat and drink di Cristina Viggè

Quell'aria Nuvò tra cucina mediterranea e americana



È naturale, lineare e minimale. Nordico per certi versi, solare per certi altri. Comunque, vivace, contemporaneo e di design. Il **Nuvò** (via Domenico Cirillo 1, Milano - Tel 02 315327) svela il suo volto stuzzicante nel bel mezzo della movida del Sempione. Un locale casual chic, dalla duplice anima: mediterranea e americana. Proprio così, visto che qui si può gustare tanto una buona pizza (anche integrale) cotta in forno a legna, quanto un tenero hamburger preparato con scamone di manzo argentino. E, se si è indecisi, si può fare un po' e un po'. Perché no? Da non perdere, la focaccia di Recco con aggiunta di pesto, la pizza B-light (con mozzarella, rucola, pomodorini e origano), le chicken wings (alette di pollo) e la trilogia di mini burger coronata da soffice pan brioche, verdurine, salsine e french fries. *cod 14132*



Cristina Viggè
Cronista del gusto, indaga sui nuovi trend dei locali a Milano e provincia

Spaghetti cacio e pepe alla Taverna Parioli



Qua e là le foto di Alberto Sordi, Sophia Loren e Marcello Mastroianni. Tavoli e palchetti in legno a regalare un'aria un po' teatrale. E tendoni a strisce bianche e rosse. Alla **Taverna Parioli** (via Felice Casati 45, Milano - Tel 02 67481919) si respira la brezza trasteverina e si assapora la verace cucina capitolina. Quella di Rosella, mamma della titolare Francesca Leggieri. Eccoli allora, poveri ma belli, serviti nella capiente ciotola, gli spaghetti cacio e pepe (*nella foto*). E i bucatini all'amatriciana, i rigatoni alla gricia e alla carbonara, le penne all'arrabbiata, le cicoriette saltate in padella, le puntarelle con salsa di acciughe e i croccanti carciofi alla giudìa. E per secondo? Un bel giro a Campo dei Fiori (zucchine ripiene, polpette e melanzane alla parmigiana), o saltimbocca, abbacchio al forno e straccetti "De Ponte", sfilacci di carpaccio di manzo saltati con vino, rucola e carciofi. *cod 14129*

La magia dei trulli

Restaurati e adibiti a centro benessere nell'elegante Tenuta Monacelle

di Lucia Siliprandi

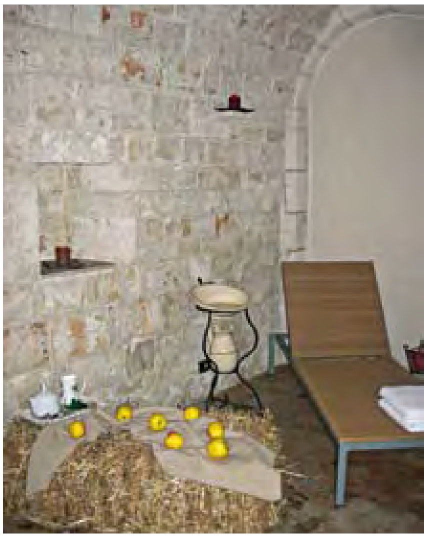
Uno, due e…trenta trulli con il tetto a "punta" come il cappello di un folletto creano uno scenario magico alla Tenuta Monacelle. Colori forti contornano l'antico borgo: il verde intenso degli ulivi centenari e della macchia mediterranea; il bianco accecante delle masserie e il blu del mare Adriatico. La famiglia Consonni, proprietaria della tenuta, ha voluto legare il nome della struttura a storie popolari. Si racconta che le "monacedd" (in dialetto barese lumachine) solevano soggiornare numerose davanti a uno dei trulli dopo le lunghe piogge autunnali. Inoltre un tempo la zona era abitata da monache, sempre alla ricerca di luoghi silenziosi e immersi nella natura. Oggi le costruzioni in pietra a secco, restaurate dalle sapienti mani dei maestri pietrai, mantengono lo stile rustico dei trulli e delle vecchie masserie.



Lucia siliprandi
Ci guida nel mondo dell'ospitalità all'insegna del benessere

L'interno delle camere, diverso per dimensione e organizzazione, conserva intatto il fascino d'antan. Elegante e sobrio l'arredamento dove risaltano i letti in ferro battuto, realizzati dai bravi artigiani della regione, i mobili in legno e i copritavolo fatti all'uncinetto. Nel trullo Azalea è stato realizzato un piccolo centro benessere che offre trattamenti alla ciliegia. Sfruttando la polpa e il nocciolo dei succulenti frutti rossi degli alberi della tenuta si ottiene una crema dalle molteplici proprietà: energizzanti, vitaminizzanti e lenitive. La pelle è più luminosa e liscia come quella di una carnosa ciliegia.

Nel ristorante Il Ciliegeto - aperto anche ai non ospiti dell'albergo - primeggia la gastronomia pugliese: pasta e dolci fatti in casa, agnello arrostito in crosta di fichi secchi e polpo affogato alla "Luciana" con crostoni di pane della masseria. *cod 14166*



Tenuta Monacelle
Contrada Aratico - Località Selva di Fasano
Monopoli (Bari) Tel. 080 9309942
www.tenutamonacelle.com



A Villa Berghofer fascino d'antan e vintage alpino

Silenzio e intorno il rumore della natura. Con questa prerogativa, il 14 suite hotel Villa Berghofer, situato in uno dei posti più suggestivi e ameni dell'intero Alto Adige e adagiato come un nido sui prati, si appresta ad accogliere i suoi ospiti. Un raffinato luogo-rifugio lontano dai rumori della città e dallo stress che ne consegue, nel silenzio rigenerante e terapeutico per scoprire i piacevoli suoni del paesaggio circostante. Direttamente dall'hotel dipartono i percorsi lungo i boschi di Redagno (Bz), passeggiate-terapia di diverso tipo e numerosi altri sentieri per escursioni.

Gli ambienti dell'hotel con la stube gotica che risale all'anno 1450 e le sue 14 suite che portano il nome delle montagne che si possono ammirare dalle finestre di ogni singola stanza, sono stati rivisitati in chiave lifestyle dall'architetto Zeno Bampi, titolare dell'hotel. Gli interni sono un raffinato mix di autenticità e antichità. La cucina è un altro fiore all'occhiello: ricca di sapori e aromi, coniuga la bontà di ingredienti altoatesini con abbinamenti mediterranei. *cod 14130*



Rapporto Bio Bank

Tra i ristoranti biologici in Italia l'Emilia Romagna guida la classifica

Secondo il Rapporto Bio Bank 2010, presentato alla fiera di Rimini in occasione di "Sapore", sono oggi 404 i ristoranti bio in Italia con un incremento del 12% rispetto allo scorso anno. Sono bio i ristoranti nelle cui cucine sono utilizzati almeno il 70% di ingredienti biologici. L'Emilia-Romagna guida la classifica con 68 bio-ristoranti, seguita da Lombardia con 52 e Marche con 38.

Netta concentrazione al nord (206 attività, il 51%), rispetto al centro (125, il 31%) e sud e isole (71, il 18%). Sul totale 228 sono attività commerciali (ristoranti, pizzerie, self service, fast food, servizi d'asporto, catering, bar, caffetterie, gelaterie) mentre 176 sono agriturismi gestiti da aziende agricole bio certificate che offrono ristorazione al pubblico, e non solo agli ospiti, con un minimo di 25 coperti. Rispetto ai piatti bio presenti nei menu la fa da padrona la cucina tipica (253 esercizi) seguita da quella vegetariana (201), macrobiotica (100), piatti e menu dedicati a chi soffre di allergie e intolleranze (90), cucina vegana (87) ed etnica (30).

Notizie incoraggianti anche dalla ristorazione collettiva. Le mense scolastiche italiane che servono almeno un piatto biologico hanno raggiunto nel 2009 quota 837 (+6% sul 2008) sfondando per la prima volta il muro del milione di pasti bio serviti ogni giorno e raggiungendo i 206 milioni su base annua. Anche su questo fronte leader rimane l'Emilia Romagna (147) seguita da Lombardia (142) e Toscana (118). Il nord (568 mense pari al 68% del totale) prevale sul centro (193 realtà, il 23%) e sul sud e le isole (76 mense, il 9%). *cod 14292*

Bergamo, sono 65 gli hotel di qualità con il Marchio

Sono 65 - come lo scorso anno - gli alberghi di città e provincia a cui la Camera di commercio di Bergamo ha assegnato il "Marchio di Qualità" 2010, che caratterizza «esercizi accomunati dall'impegno di offrire e mantenere un alto standard di servizio a garanzia e tutela dell'ospite». Sono 4 gli alberghi nuovi che hanno ottenuto per la prima volta il marchio e 4 quelli a cui non è stato confermato. **(R.V.)** *cod 14233*

Agrigusta di Alessandro Maurilli

Bioedilizia a Colle Regnano



Tolentino (Mc) - Sorge sui Monti Sibillini e ha come panorama le verdi colline maceratesi, le stesse che hanno ispirato il poeta Giacomo Leopardi. L'agriturismo Colle Regnano a Tolentino, nelle Marche, si presenta come fattoria ecologica, basata sulla bioedilizia e sulla produzione di energie da fonti rinnovabili. Un valore aggiunto di questa bella struttura che si pone l'obiettivo di sensibilizzare gli ospiti alla sostenibilità dell'ambiente. Gli alloggi (3 camere e 5 appartamenti) sono molto luminosi, realizzati conservando la tradizionale architettura del luogo con pavimenti in cotto, soffitti con travi in legno e arredato con mobili sia di famiglia che della tradizione rurale.
L'azienda agricola si sviluppa in una superficie di circa 10 ettari coltivati a cereali, vigneto, oliveto e bosco. In azienda si producono anche prodotti come vino, olio, marmellate, salumi, gli stessi prodotti che si possono degustare, oltre che nel ristorante, anche nel laboratorio educativo, realizzato con l'obiettivo di dimostrare come si realizzano certi prodotti. L'agriturismo è anche riconosciuto come Fattoria didattica. Nel ristorante interno alla struttura si possono fare pranzi e cene a base dei prodotti realizzati a Colle Regnano, nel laboratorio aziendale, cucinati in ricette che rispecchiano la tradizione maceratese con le paste fresche fatte in casa con la farina proveniente dai campi e con i piatti di carne preparati con gli animali presenti in azienda (soprattutto da cortile). Il ristorante è aperto solo agli ospiti che dovranno prenotare i pasti visto che la filosofia aziendale si basa sulla freschezza e genuinità dei prodotti. Colle Regnano è l'ideale anche per gli amanti della natura, visto che in zona sono presenti sentieri, percorribili a piedi o in bicicletta, nel Parco nazionale dei Monti Sibillini, oltre a maneggio, ippodromo, campo da golf e volo libero. A soli 40 km il mare Adriatico e i campi da sci dell'Appennino. *cod 14128*



Alessandro Maurilli
Giornalista esperto di enogastronomia ci guida tra gli agriturismi di qualità



Agriturismo Colle Regnano
Contrada Casadicristo 11, 62029
Tolentino (Mc)
Tel 0733 967691 - Fax 0733 967691
agriturismo@colleregnano.it

McItaly, Zaia come i Gesuiti Converte panini McDonald's

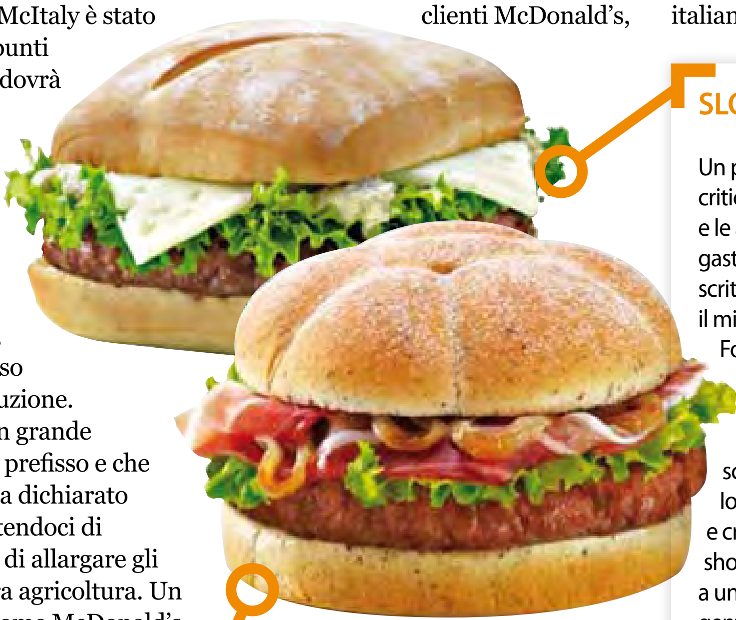
Il ministro delle politiche agricole alimentari e forestali **Luca Zaia** ha lanciato la nuova linea McItaly di McDonald's, che ha ricevuto il patrocinio gratuito del Mipaaf. Si tratta di panini e insalate preparati con il 100% di prodotti italiani: carne nazionale, olio extravergine di oliva, Asiago Dop, Bresaola della Valtellina Igp, pancetta della Val Venosta, grano saraceno, cipolle di Tropea e carciofi romani.

Per iniziare, McItaly è stato distribuito nei 392 punti vendita italiani, ma dovrà diventare un must internazionale, consentendo ai prodotti del Made in Italy di fare il giro del mondo. Il 75% dell'agroalimentare, infatti, viene immesso nella grande distribuzione.

«McItaly è un grande obiettivo che mi ero prefisso e che è stato realizzato - ha dichiarato il Ministro - consentendoci di guardare al futuro e di allargare gli orizzonti della nostra agricoltura. Un network mondiale come McDonald's rappresenta un importante sbocco in nuovi segmenti di mercato per i nostri contadini. La nostra agricoltura non poteva perdere quest'occasione, come dimostrano i numeri: 1.000 tonnellate di prodotti italiani utilizzate, per un valore di 3,5 milioni di euro».

«I gesuiti, a cui veniva chiesto perché parlassero con gli infedeli, rispondevano: meglio evangelizzare chi non crede. McItaly ci consentirà di dialogare con i giovani, lavorando sul loro imprinting gustativo: il 31% dei clienti McDonald's, infatti, ha un'età compresa tra i 20 e i 35 anni, l'11% tra i 15 e i 19».

«Siamo per la tutela del Made in Italy - ha continuato il Ministro - per la difesa della nostra identità, e proprio per questo non possiamo fermarci alle modalità di distribuzione: dobbiamo guardare alla qualità. McItaly è questa qualità, il primo panino interamente tracciato, non anonimo, attraverso cui oggi globalizziamo l'identità dell'agricoltura italiana». *cod 13932*



SLOW FOOD: UN PERICOLO

Un panino che fa discutere. Dopo le critiche nostrane di Ermete Realacci e le accuse di Matthew Fort, critico gastronomico del "Guardian" che ha scritto un articolo al vetriolo contro il ministro italiano, è la volta di Slow Food. A parlare è il presidente Roberto Burdese: «Negli Usa i fast food sono messi sotto accusa per aver minato la salute, qui li scegliamo come unico interlocutore. Io però sono un inguaribile ottimista e credo che questo rappresenterà uno shock culturale che alla fine porterà a una maggiore consapevolezza fra la gente». *cod 14048*

ROMANIA VS FAST FOOD

La crociata contro i cibi cattivi è partita dal ministro della sanità romeno Attila Czeke, provocando un'alzata di scudi. Secondo Czeke i cibi cattivi esistono, eccome. E sarebbero: i prodotti fast food, burger o polpette, patatine, fiocchetti, bibite gassate e colorate. Fanno ingrassare e a volte ammalare la gente; è giustissimo perciò chiamarli *junk food*, cibi-spazzatura. Per tutte queste ragioni sacrosante, vanno tassati. Di quanto, lo calcoleranno gli esperti del governo. Intanto i ricavati andranno a programmi di educazione alimentare-sanitaria. E a Bruxelles già si pensa a estendere l'esempio in tutta Europa. *cod 14284*

INGREDIENTI	*VOLUMI*	*VALORE*
PANINI		
Pane di grano saraceno	141 tonnellate	196.000 €
Pane Olio Dop Monti Iblei	206 tonnellate	350.000 €
Asiago Dop	43,5 tonnellate	497.000 €
Pancetta affumicata Val Venosta	24,0 tonnellate	284.000 €
Crema carciofi	36,0 tonnellate	178.000 €
Cipolle grigliate	36,0 tonnellate	141.000 €
Carne bovina	414 tonnellate	1.440.000 €
Insalata Batavia	25,0 tonnellate	145.000 €
INSALATA CON BRESAOLA (solo volumi McItaly)		
Mix Salad (Iceberg - Pan di zucchero - romana - carote - spinaci - radicchio)	18,0 tonnellate	55.000 €
Bresaola Igp	3,0 tonnellate	71.000 €
Parmigiano Reggiano	3,0 tonnellate	33.000 €
FRUIT BAG		
Mela Valtellina	14 tonnellate	58.000 €
TOTALE MCITALY 2010	**963,5 tonnellate**	**3.448.000 €**

Non dire gatto...



BIGAZZI, "EROE" SUL WEB

Cacciato dalla tv il gourmet toscano trova cittadinanza sul web. Basti considerare che il filmato inerente sul nostro canale RistoTv ha registrato oltre 155mila visite in tre giorni e un migliaio di commenti.
E su Facebook sono nati decine di gruppi di solidarietà. Si va da "Rivogliamo Bigazzi" al più spiritoso "- gatti + Bigazzi". Si passa poi a "Simpathy for Bigazzi" che ha dato appuntamento al torrente Ciufenna (quello citato da Bigazzi nella sua "ricetta") perché, hanno spiegato i promotori "vista la cecità delle istituzioni, ci vediamo costretti a compiere un gesto futile che dia un segnale al Paese". *cod 14288*

...se non ce l'hai nel piatto!

Beppe Bigazzi (*nella foto*) è stato sospeso dalla "Prova del cuoco". Al programma meridiano di RaiUno l'esperto aveva consigliato carne di gatto per una ricetta, scatenando la protesta degli animalisti e dei vertici Rai. «Episodio inaudito per la televisione pubblica» affermava in una nota il sottosegretario alla Salute, **Francesca Martini**.

A distanza di tempo la polemica sulla tradizione "indigesta" del 77enne critico non si ferma. Tra animalisti, colpevolisti e opinionisti la questione sta impazzando anche e soprattutto sul web. Ma c'è anche chi lo difende, i ristoratori. Tra i primi l'astigiano **Gianni Filipetti** di Cassinasco (At), vincitore di un'edizione della gara riservata ai ristoratori inserita nella trasmissione Rai e che ha ospitato il gastronomo per la presentazione del suo ultimo libro.

«Il polverone e il putiferio che è scaturito ha dell'incredibile. Una pioggia di critiche, di mistificazioni, di stravolgimenti che ha portato all'allontanamento di Bigazzi dalla "Prova del Cuoco". Che un tempo, almeno oltre 60 anni fa, i gatti anche nell'Astigiano venissero macellati è una cosa storica o perlomeno una usanza abbastanza diffusa nelle nostre campagne. I gatti erano considerati soprattutto "mangiatori di topi", non venivano tenuti in casa come oggi. Ai cani si forniva regolarmente cibo ai gatti no: i gatti dovevano procurarselo da soli essendo degli innati cacciatori. Perciò ai cacciatori i gatti non erano sempre ben visti ed erano considerati alla stregua degli animali nocivi, e spesso e volentieri, lontano dalle case abitate, ricevevano anche qualche schioppettata. E se poi qualche gatto ben ingrassato e dopo alcuni giorni di frollatura sotto la neve, finiva nei ravioli a Carnevale, non faceva stracciare le vesti a nessuno né si provvedeva ad attaccare manifesti. Semplicemente lo si sottaceva ai commensali».

«Era insomma una civiltà contadina - proseguiva Filipetti - che sapeva gestire con coerenza e buon senso il profondo e diffuso stato di miseria che accomunava tutte le zone rurali della nostra penisola. Fare uno spaccato storico su una tradizione alimentare di quel periodo vuol dire aprire una finestra su una tradizione alimentare rurale che ci appartiene e di cui non dobbiamo vergognarci. Semmai siamo contenti che questo non avvenga più, perché il benessere ci ha ormai esonerati da dover ricorrete a quegli estremi. Questo è quanto il critico enogastronomico Beppe Bigazzi ha affermato in tv».

Anche il critico si è difeso sulle pagine del settimanale "Gente": «Mi dispiace di aver combinato questo pasticcio. Io ho raccontato di cose che accadevano 70 anni fa nelle campagne del Valdarno e non solo lì, ma anche in altre parti d'Italia. Non vedo come si possa dire: Bigazzi dà le ricette per cucinare il gatto. Ma stiamo scherzando? Non ho dato alcuna ricetta. Ho parlato da contadino, di un tempo quando, per fame, si mangiava il gatto perché si vendeva il coniglio. Ed era più domestico il coniglio del gatto. O non si può più parlare di cronaca, di storia? Raccontavo un aneddoto d'altri tempi, come faccio spesso. Ora il gatto è un animale d'affezione, uno di famiglia che vive in casa».

Alla domanda ridirebbe quello che ha detto? Bigazzi ha risposto: «Dopo quello che è successo no. Non commetterò due volte lo stesso errore». *cod 14184*, *14255*, *14224*



foto Juergen Eheim



Quando il design sconfina

I concetti chiave dell'ospitalità si fondono con gli spazi urbani Tante le novità attese per la Milano design week

Design e ospitalità. A volte coesistono, si fondono, a volte interagiscono a doppio senso o anche a senso unico. Non esiste una regola precisa: si può trovare una camera d'albergo dove il design si è imposto o spazi di design che diventano luoghi di riposo e relax.

I progettisti, nel concepire e definire gli spazi destinati all'ospitalità, tengono conto oggi del concetto di "emozione". Si pensa dunque al benessere e alle sensazioni che l'ospite proverà vivendo gli ambienti, nell'ottica che egli potrà, in quanto "emozionali", memorizzarli.

È forse partendo da questi cardini che si è andati oltre: in occasione della Milano design week all'interno del Fuori salone 2010, in programma a Milano dal 14 al 19 aprile, verrà infatti presentato il nuovo urban living denominato Town@House Street. Un progetto internazionale che vedrà Milano prima tappa, di riqualificazione degli spazi urbani: gli hotel entrano così nei negozi e negozianti diverranno albergatori. In sostanza, con questo progetto, si vuole andare a individuare mille nuovi imprenditori del turismo che mettano a disposizione i loro negozi. Gli stessi spazi saranno prenotabili e gestibili attraverso il sito, che sarà presto online, **www.townhousestreet.com**.

Alessandro Rosso, ideatore del concept di questo nuovo progetto di riqualificazione urbana, ha dichiarato: «In questo modo il concetto di 'jet leg' che si sente viene superato; quando si viaggia soli e si sta nella camera 1032 al 16° piano di un albergo ci si sente isolati, nei Town House Street invece si è immersi nella città, nella sua velocità, nel suo movimento, si possono osservare le luci della strada, entrare a contatto con il paesaggio, con i suoi abitanti, come si fa al tavolino di un bar all'aperto, si fa amicizia. La città diventa la tua compagna di viaggio. Ci si sente vivi mentre si guarda la città. Una casa con tutti i plus dell'albergo, con i servizi da hotel si ha un proprio spazio».



Creatore del progetto di architettura degli interni è invece **Simone Micheli** che ha aggiunto: «Quando Alessandro mi parlò di questo concetto e del progetto imprenditoriale, mi fu tutto chiaro da subito. Il mio progetto di architettura degli interni avrebbe dovuto trasmettere, saltando gli stereotipi conosciuti, unicità, forte identità, incredibile interconnessione con il sistema urbano. Ho creato, così, dei luoghi estremamente evocativi, funzionali, coinvolgenti, capaci di divenire veri e propri manifesti di un nuovo modo di pensare al mondo dell'ospitalità, di un nuovo modo di concepire il rapporto tra la dimensione della ricettività e la città. In questo progetto gli spazi esterni del connettivo metropolitano, considerati come i corridoi di un hotel, penetrano negli spazi confinati degli edifici e ne trasfigurano il senso. La ricercata osmosi, segnica e contenutistica, tra il fuori e il dentro, esasperata dal brillante contributo fotografico di Maurizio Marcato, ha originato una miscela iconica esplosiva».

Così, nell'attesa di scoprire quali saranno le novità di aprile, ci siamo chiesti se tutto questo significa che l'albergo deve assomigliare sempre più ad una casa. «Assolutamente no - ha risposto Micheli - perché l'hotel deve esprimere messaggi di verità antimimetica». **(E.Z.)** *cod 14317*



Simone Micheli e Alessandro Rosso

Trismoka è main sponsor degli Internazionali di tennis

Matrimonio all'insegna dell'eccellenza fra Trismoka, da sempre attenta e vicina a tutti gli sport, e gli Internazionali di tennis di Bergamo: la torrefazione bresciana di caffè è stata il main sponsor del prestigioso Torneo orobico, secondo per importanza assoluta solo a quelli di Roma. «Abbiamo scelto di affiancare gli Internazionali di tennis di Bergamo - spiega **Paolo Uberti**, titolare di Trismoka - convinti che si tratti di un evento sportivo con la stessa eccellenza del nostro caffè. La scelta è legata anche all'affetto che nutriamo per la città e la provincia di Bergamo, con le quali da tempo vi sono legami intensi».

Trismoka ha sede a Paratico (Bs), sul lago d'Iseo, in un territorio cerniera tra la terra bresciana e quella orobica. Nei confronti di Bergamo e della sua provincia l'azienda mantiene forti legami, sulla base di una significativa presenza commerciale, che intende incrementare. La partecipazione con un ruolo di rilievo agli Internazionali ha dimostrato la consapevolezza della dinamica realtà guidata da Paolo Uberti di poter contare su un'immagine sempre più consolidata e positiva. Immagine accompagnata da un consolidamento delle posizioni commerciali acquisite, risultato della fiducia sempre più ampia manifestata dal mercato.

Trismoka non è nuova ad abbinamenti con lo sport d'eccellenza: il suo apprezzato nome ha accompagnato tornei di golf di rilevante caratura e garantisce supporto alla squadra di calcio di Iseo-Orsa Corte Franca. Trismoka, inoltre, ha scelto da anni la strada della formazione, imponendosi quale attiva fucina di campioni del caffè. Capacità indiscussa e riconosciuta, tanto che la Speciality coffee association of Europe, associazione europea per la qualità del caffè, da alcuni anni ha affidato all'azienda l'organizzazione del campionato italiano "Baristi caffetteria" nel territorio bresciano. *cod 14238*



Congelati o secchi per l'Horeca

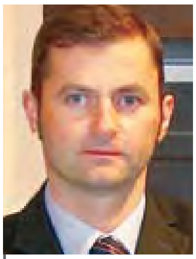
Dove c'è una cucina, Italgel vuole esserci...da sempre

Veri pionieri del congelato fin dal 1974, quando la Italgel di Capriano del Colle (Bs) nacque per iniziativa di sei ex dipendenti di un'azienda cremonese. Parlare di prodotti congelati o surgelati non era certo consuetudine allora, quando consumi e concetti base della ristorazione erano assai diversi da oggi.

Con un fatturato da tempo in crescita e oltre 60 dipendenti, Italgel copre oggi capillarmente le provincie di Brescia, Verona, Trento e Pavia, raggiungendo peraltro tutto il territorio lombardo. Nel 1999, per offrire un servizio migliore a prezzi competitivi, ha dato vita a Parma al gruppo d'acquisto Gel Group che, grazie all'adesione di 8 aziende del nord Italia, offre sul mercato due linee a proprio marchio: Natura's per il secco (pasta, pane, salumi, conserve, ecc...) e Amico Freddo per i refrigerati. Rispetto della catena del freddo, tracciabilità, scelta delle materie prime migliori e distribuzione personalizzata con oltre 20 mezzi propri sono i cardini della società che fa capo a **Bortolo Spinelli**, **Gianfranco Bosio**, **Giovanni Colombi** e **Giuliano Frosio** (*da sinistra nella foto*), la cui unione è la chiave del successo. Ed è così fin dall'inizio coi 6 soci, poi passati a 11 e ora a 4. Un ruolo importante lo gioca oggi anche Gel Group, che porterà alla distribuzione in tutta Italia. Italgel guarda intanto al futuro con ottimismo, investendo in un nuovo magazzino automatizzato per gestire più velocemente gli ordini e, come dice Giuliano Frosio, «essere al fianco della ristorazione lombarda. Perché dove c'è una cucina noi di Italgel vorremmo esserci!». *cod 14323*



Cibo essiccato salutare Con Excalibur si può



Sergio Pezzotta
AD Ros Spa, presenta le novità di prodotti e attrezzature per la ristorazione

di Sergio Pezzotta

Come ottenere friabili e delicate sfoglie di frutta, croccanti pezzettini di verdura, decorativi trucioli o polveri di frutta, verdura carne o pesce che mantengano allo stesso tempo il massimo sapore e colore originale? La tecnica della disidratazione è da sempre conosciuta in cucina per conservare gli alimenti naturali e crudi. Oggi è diventata comoda grazie ai disidratatori professionali. La maggior parte dei disidratatori in commercio generano calore dal basso che sale verso l'alto, verso una pila di vassoi che contengono gli alimenti posti a seccare. In questo modo si ha però l'inconveniente che i vassoi in basso bloccano la salita del calore verso l'alto. Inoltre hanno forme ingombranti e poco pratiche per le esigenze della cucina professionale.



Il sistema Excalibur è dotato invece di un flusso d'aria orizzontale e parallelo ai vassoi che contengono il prodotto. Tutto il cibo introdotto riceve il calore necessario alla disidratazione e grazie al pratico sistema a cassetti estraibili è facile e pratico controllare il punto di disidratazione e quindi disidratare contemporaneamente prodotti diversi in maniera facile e comoda. Inoltre la sua forma a parallelepipedo consente un comodo posizionamento fra le attrezzature da cucina.

Per questo è stato definito il miglior disidratatore al mondo. Per utilizzarlo il procedimento è il seguente: tagliare il prodotto in fette uniformi di spessore; se necessario, trattare con antiossidante (acido ascorbico o citrico); se serve, sbianchire i vegetali per 1 o 2 minuti in acqua bollente; disporre le fette sui vassoi; impostare il termostato alla temperatura desiderata; quando il prodotto è disidratato, riporlo al buio, in luogo fresco e asciutto. *cod 14214*

Vola il made in Italy a tavola

Da Alitalia un progetto che punta sulla qualità

Dopo i panini di McDonald's, un progetto concreto per promuovere il made in Italy arriva da Alitalia. Le eccellenze alimentari italiane saliranno a bordo della compagnia di bandiera grazie a "Buonitalia - Prendi il volo con i sapori originali italiani". Il progetto è stato presentato da Alitalia e Associazione italiana consorzi indicazioni geografiche e promosso da Buonitalia Spa, Federdoc, Ais e la sezione italiana dell'Associazione dei giovani ristoratori d'Europa. All'evento hanno partecipato il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali **Luca Zaia** (*nella foto, a destra*) e l'amministratore delegato di Alitalia **Rocco Sabelli** (*nella foto, a sinistra*).

Il progetto, patrocinato dal ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, ha lo scopo di promuovere i prodotti italiani Dop e Igp a bordo dei voli Alitalia e nelle sale del Club Freccia Alata, nei confronti di passeggeri nazionali e internazionali.

Da dicembre, sui voli verso New York, Chicago, Toronto e Miami è stato introdotto il nuovo servizio di classe Magnifica con menu firmati da grandi chef che interpretano le ricette della cucina regionale italiana e vini selezionati tra le migliori cantine d'Italia dall'Ais. Ogni due mesi vengono offerti, a rotazione, i menu e i prodotti di una singola regione. L'iniziativa ha preso avvio alcuni mesi fa con l'Abruzzo, poi sarà la volta della Toscana. Agata Parisella Caraccio de "Le Soste" di Roma e Nicola Portinari de "la Peca" di Lonigo (Vi) sono gli chef che curano l'interpretazione dei piatti tipici regionali serviti a bordo. *cod 14122*



La pizzeria in casa

Con i forni Ceky di piccole dimensioni ma dalla qualità professionale





Forni Ceky, leader italiano nella realizzazione di forni professionali per pizzeria, propone i suoi prodotti di punta in dimensione ridotta, adatta a un impiego casalingo. I forni per pizza, realizzati artigianalmente in mattoni refrattari, sono costruiti con le stesse tecniche e gli stessi materiali impiegati per la loro controparte a uso professionale. Piani in limbici refrattari e cupole realizzate mattone su mattone garantiscono una tenuta termica e una durata nel tempo senza pari e la stessa cottura e gli stessi risultati di una vera pizzeria.

Alimentati a legna, i forni "Ceky casa" sono disponibili in tre misure, per soddisfare le più diverse esigenze di produzione e di spazio. Il più piccolo, che ha un diametro interno di 80 cm, ingombra esternamente 120x120 cm ed è il più adatto per cucine, taverne e giardini. L'utilizzo di un forno professionale in mattoni refrattari non si limita ovviamente alla sola realizzazione della pizza, può essere usato per i più diversi tipi di cottura, dalla grigliata al pane, il tutto limitando i consumi al minimo come garantito dalla qualità Ceky. *cod 14187*

Forni Ceky
via Industriale 21/23, 25030 Lograto (Bs)
Tel 030 9972249 - Fax 030 9972818
www.ceky.it

L'ALIMENTAZIONE SI IMPARA AL MUSEO NEL LABORATORIO I.LAB

Nell'i.lab Alimentazione, inaugurato nel museo della Scienza e della tecnologia di Milano, i bambini scopriranno sperimentando insieme agli animatori scientifici che cosa si nasconde in quello che mangiano. Le attività spazieranno dai principi nutritivi alla preparazione in cucina e la digestione del cibo. *cod 14115*



CON PURO IL SUGERO TORNA ALLA NATURA

Sta per arrivare sul mercato Puro, la nuova linea di tappi del Sugherificio Veneto studiati per il mercato italiano, non sbiancati e prodotti senza l'utilizzo di sostanze chimiche. Grazie all'applicazione di due membrane cellulari alle estremità, Puro è in grado di controllare le fisiologiche variazioni chimiche del vino e impedisce l'eventuale migrazione di molecole inquinanti, come il Tca, senza compromettere le interazioni tra sughero e vino. *cod 14207*



Frullatori Ceado

Innovazione per operatori bar

La ristorazione professionale ha sempre bisogno di attrezzature all'avanguardia. Per questo Ceado, marchio specializzato nella produzione di attrezzature per il bar, ha lanciato sul mercato due nuovi frullatori, distribuiti da Cifa. La linea di blender professionali si arrichisce del B209 e del B210.

Nel B209 il potente motore da 1.300 W (1,8 hp) è comandato dagli interruttori a levetta che permettono una rapida selezione delle velocità e della modalità impulso; è alloggiato nel corpo motore in lega leggera di alluminio, disegnato per sopportare le più grandi sollecitazioni e fornito del convogliatore d'aria per migliorare il raffreddamento del motore. La rinnovata forma quadrangolare del contenitore in policarbonato trasparente, accoppiato alla lama triplo effetto, facilita il servizio garantendo la massima efficacia anche con gli ingredienti più difficili, come ghiaccio, frutta fresca o surgelata, alcolici, pre-mix e sciroppi. Si presta anche alla preparazione di ricette di caffetteria a base di caffè espresso.

Il B210 prepara qualsiasi ricetta con il semplice tocco di un pulsante. La massima flessibilità operativa è garantita, oltre che dai cicli pre impostati, anche dalla completa programmabilità sia della velocità del motore sia della durata dei cicli di lavoro. Prepara perfettamente e in poco tempo qualunque ricetta, dai grandi cocktail internazionali codificati alle ricette di tendenza, fino ai drink personalizzati. I modelli sono stati progettati per essere affidabili, sicuri, facili da usare e da pulire. *cod 14268*

RistoExpo 2010 Successo globale

Più che positivo il bilancio della 13ª edizione di RistorExpo con un'affluenza di pubblico cresciuta del 3%. Un'edizione di successo anche sul fronte degli espositori, dei convegni e delle gare.

Oldani, Rigotti, Pomata, Perdomo, Tarantola, Angé, Bortolami, non una formazione sportiva, ma il gotha della ristorazione internazionale che ha preso parte all'evento dedicato alla cucina di livello promossa dal polo fieristico LarioFiere. Un evento nell'evento dedicato al consumatore finale, ma soprattutto con una grande attenzione agli operatori del settore con tutte le novità che vengono proposte al mercato.

Per quattro giorni stage, meeting, convegni, cene e pranzi a tema, presentazioni e molto altro per conoscere e approfondire le diverse tematiche della filiera agroalimentare. Oltre agli ospiti di livello, RistorExpo vanta collaborazioni di pregio nell'organizzazione dell'evento tra cui Upcts Confcommercio Como, Confcommercio Lecco, i Jeunes restaurateurs d'Europe, la Federazione italiana cuochi, la Federazione italiana pubblici esercizi, le Camere di commercio di Como e Lecco, l'Onav e il Consorzio cuochi di Lombardia.

A decretare il successo dell'evento sono i numeri: espositori e visitatori in crescita e grande soddisfazione per le iniziative. La location ha ospitato più di 20mila visitatori, confermando appieno (anzi con una crescita) il trend degli anni precedenti, nonostante le difficoltà economiche del momento. A fine di ogni giornata si sono contate ben 800 teglie di pizza, 20mila panini, 11mila piatti serviti, 17mila calici di vino e boccali di birra, 60 cuochi in attività, 200 ragazzi delle scuole impegnati nei diversi servizi e 15 cucine funzionanti in contemporanea. Per un totale di oltre 100 eventi e 12mila metri quadrati di superficie espositiva.

«La soddisfazione è piena - ha commentato **Giovanni Ciceri**, vice presidente di LarioFiere - ogni anno l'impegno è quello di creare una serie di eventi che interessino i visitatori e che vadano a soddisfare le aspettative degli espositori. Direi che tutto è andato per il meglio, di sicuro per l'anno prossimo stiamo già pensando di andare ben oltre con una serie di novità».

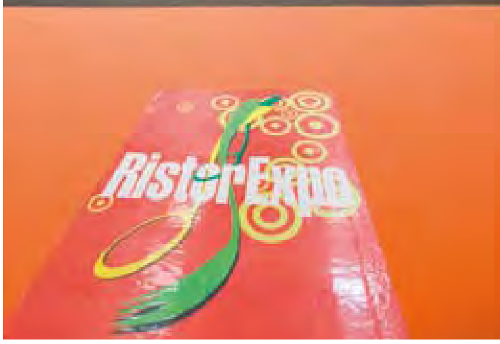
Ma non è tutto. Infatti, per la prima volta, la delegazione Uftaa (United federation of travel agents' associations) è stata ospitata per il Board member, in anticipo sulla Bit (Borsa internazionale del Turismo), ma anche i grandi chef e le performance che ogni sera sono scaturite in veri e propri eventi nell'evento. «È la prima volta che la presidenza di un consiglio d'amministrazione Uftaa viene affidata a un italiano - ha spiegato **Mario Bevacqua**, che della confederazione è il vicepresidente vicario. La missione dell'Uftaa è quella di risolvere questioni di portata internazionale inerenti il settore viaggi, rappresentare e difendere gli interessi degli operatori turistici, delle agenzie di viaggio nei confronti degli organi governativi, dei fornitori e di altri enti internazionali». La confederazione no-profit è costituita da 11 federazioni regionali che raggruppano circa 80 associazioni nazionali con oltre 70mila aderenti.

cod 14220

LOMBARDIA IN PRIMA FILA

Fra le novità di quest'anno la partecipazione del Consorzio Cuochi di Lombardia. Guidati dal presidente Matteo Scibilia, patron dell'Osteria della Buona Condotta di Ornago (Mb), i cuochi e i ristoratori che hanno fatto la storia della regione hanno raccontato (e cucinato) il meglio dell'agroalimentare lombardo, dal pesce di lago ai formaggi, dalla carne (con il nuovo progetto Kobe) alle farine e grani.









Piscitelli è cuoco dell'anno

Trofeo Arturo Della Torre alla cuoca romana Sangemini
Sessanta i professionisti impegnati nei concorsi

Notevole successo per il concorso Cuoco dell'anno. Il vincitore per il 2010 è **Salvatore Piscitelli** (*nella foto, terzo da sinistra*) che ha conquistato il primo posto assoluto aggiudicandosi la padella d'oro, premiato dal presidente della Federazione italiana cuochi Egidio Rossi. Secondo assoluto **Alessandro Colombo** (*nella foto, terzo da destra*). Terzo posto a pari merito per Mario Bertarini e Gianluca Serlenga.

Nei concorsi i meriti sono andati anche a: Davide Maero (coppa Sacchi, Premio giuria Fingerfood), Mario Marco Nasazzi (Premio giuria Zuppa della tradizione), Gianluca Serlenga (Premio giuria Ricerca prodotti autoctoni del territorio), Francesco Leonardo Di Pinto (Coppa d'Ellea) e infine Giovanni Lorusso (Premio giuria Migliore scheda tecnica e relazione sui prodotti utilizzati). Graziella Sangemi di Roma ha vinto il 9° Trofeo Arturo Della Torre, Davide Verga si è aggiudicato il Trofeo Forgim, mentre il Trofeo Angelo Borsetti è andato al team del Cfpa di Casargo (Ciro Militello, Davide Cedro, Francesco Rivolta, Simone Conversini, Omar Della Pollina). Medaglie d'oro a Marco Vecchi, Maurizio Casu, Diego Binda, Salvatore Flavio Gentile, Bruno Lepuri, Manuel Lepuri, Diego Calderazzo, Andrea Lepuri, Stefano Crippa, Ise Vanoni sezione di Porlezza.

cod 14220



AGENDA

calendario completo su www.italiaatavola.net

Marzo - Aprile

7-11 marzo
Massa Carrara
Tirreno CT 2010
30ª edizione della mostra dell'ospitalità e dell'alimentazione
cod 3956

12-17 marzo
Amburgo (Germania)
Internorga
Salone dell'industria alberghiera, gastronomia, ristorazione, prodotti da forno e pasticceria
cod 3996

21-23 marzo
Atlantic City (Usa)
Sigep Usa
Vetrina delle eccellenze della produzione dolciaria e gelateria italiana
cod 11262

22-26 marzo
Barcellona (Spagna)
Alimentaria Barcellona
Salone internazionale di food&beverage
cod 1490

30-31 marzo
Parigi (Francia)
Salone Foods & Goods 2010
Saloni dell'alimentazione (prodotti alimenti, alimenti etnici ed esotici, norcinerie, pizza e ristorazione italiana)
cod 2535

8-12 aprile
Verona
Vinitaly
Salone internazionale del vino e dei distillati di qualità
cod 13255

Enolitech
Salone delle tecniche di viticoltura, enologiche, olivicole e olearie
cod 1508

Sol
Salone internazionale dell'olio d'oliva extravergine
cod 13254

20-23 aprile
Singapore
Food & Hotel
Salone del catering, attrezzature e servizi per bevande e alimenti
cod 3998

22-25 aprile
Sölden (Austria)
Vino in montagna
9ª edizione della rassegna di vini e cibi del territorio
cod 13939

24-27 aprile
Bologna
Pasta Trend
Salone mondiale della pasta
cod 9007

24-25 aprile / 1-3 maggio
Alba
Vinum
Vini, degustazioni delle Langhe e del Roero
cod 13257

28 aprile - 3 maggio
Foggia
Enolsud
Salone della vite e del vino
cod 1514

30 aprile - 3 maggio
Belgioioso (Pv)
Officinalia
Mostra di alimentazione bio
cod 1512

Rito happy hour

Per un aperitivo sano e italiano ecco la moda lanciata da PastaTrend



La pasta è la nuova protagonista del rito dell'aperitivo. Dal 24 al 27 aprile 2010 PastaTrend, il grande Salone della pasta che avrà luogo nel quartiere fieristico di Bologna Fiere, lancerà la moda dell'happy hour made in Italy a base di pasta.

Secondo i nutrizionisti del Comitato scientifico di PastaTrend (tra cui Marco Tesini, dietologo e specialista in Scienza dell'alimentazione) l'happy hour apporterà, in questo modo, il giusto contributo di carboidrati nel nostro organismo. «L'happy hour serale con l'assaggio di pasta in abbinamento a un bicchiere di vino - dichiara **Enrico Roda**, direttore del dipartimento di Medicina interna e gastroenterologia dell'Università di Bologna e coordinatore della Commissione medicina e salute del comitato scientifico di PastaTrend - fa bene alla salute, concilia e favorisce il sonno e fornisce buon umore. La pasta infatti con i suoi componenti amidacei e le proteine stimola la produzione di serotonina, che è l'ormone del buonumore».

Consumare il rito dell'aperitivo gustando pasta italiana è un modo per adeguarsi sempre di più ai nuovi stili di vita pur cercando di mantenere inalterato il valore delle tradizioni. Già, perché l'happy hour della pasta può spaziare nei mille e più formati. Si può passare dai miti senza tempo come spaghetti, lasagne o maccheroni, ai classici della tradizione regionale (orecchiette, cappelletti, tagliatelle, stringozzi, trofie) o a formati in via di estinzione che proprio a PastaTrend troveranno una nuova vetrina (sorcetti, schiaffettoni, gasse, cadunsei, boccolotti, tonnarelli).

Alimento completo, la pasta rappresenta uno dei piatti simbolo della dieta mediterranea e uno degli alimenti più consumati fuori casa. Secondo dati Nielsen oltre il 70% degli italiani con più di 14 anni frequenta abitualmente la ristorazione fuori casa dove la parte del leone la fa sempre la pasta. L'happy hour della pasta sarà presentata il 24 aprile alle 18 nel grande salone della pasta e avrà luogo tutti i giorni della manifestazione. *cod 14167*

CONGRESSO DI ESPERTI PER SPIEGARE L'ALIMENTAZIONE

Con un programma in linea con le più recenti sfide di sanità pubblica, NutriMi (Milano, 28-30 aprile) è un momento chiave nel panorama scientifico internazionale su alimentazione e salute. Nel corso dell'evento sarà premiato chi si è distinto in stili alimentari equilibrati. **(M.F.)** *cod 14186*

SAPORI E TRADIZIONI LIGURI A FINALE IN MOSTRA

- Al via a Finale Ligure (Sv) la 6ª edizione del Salone dell'agroalimentare ligure, dal 12 al 14 marzo. Presenti 280 espositori e 30 eventi collaterali dai seminari sul pesto ai corsi di cucina. Il salone sarà suddiviso in aree tematiche tra cui Carruggio del pesto, Largo dell'olio, Saletta dei Presidi Slow Food, Piazzetta della focaccia (classica e di Recco), Giardino dei sapori e dei profumi, antica "Cappella Oliveri" e Largo dell'agricoltura. *cod 14119*

LA META IDEALE PER UN VIAGGIO DA SOGNO? L'AUSTRALIA

Si riconferma meta dei sogni alla 4ª edizione del Bit tourism award. Per il pubblico è una meta adatta per tutti i viaggi, dai soggiorni romantici ai tour avventurosi, senza dimenticare la scoperta della natura e delle tradizioni. *cod 14235*

PREMIO PER LO STUFATO ALLA GASTRONOMIA MARIELLA E LUCIA

Si è concluso con successo a San Giovanni Valdarno (Ar) il primo Palio dello stufato alla sangiovannese. Otto stufatari doc, scelti tra i cuochi di ristoranti e gastronomie, si sono sfidati a colpi di stufato. Il più gradito quello realizzato dalla Gastronomia Mariella e Lucia. *cod 14279*

A Gioia del Colle elogio della carne "al fornello pronto"

Lo scorso 5 febbraio, con la collaborazione in loco dell'associazione culturale La compagnia della lunga tavola, si è tenuta a Gioia del Colle (Ba) una serata dedicata all'antica tradizione pugliese della carne "al fornello pronto" promossa dall'Aigs. L'evento si è svolto nelle salette della macelleria-trattoria "Lo Zampino-Addabbo dal 1931" a cui è stato conferito il blasone di Ambasciata



ristorante Aigs, riservato ai locali che uniscono alla gradevolezza della location una ristorazione di qualità con piatti locali. Altro momento importante è stata l'ufficializzazione, da parte del governatore dell'Accademia italiana gastronomia storica **Mario Giorgio Lombardi** (*nella foto, a destra*), della nomina di **Sandro Romano** (*nella foto, a sinistra*) a prefetto per la Puglia dell'Aigs. *cod 14164*

Il food internazionale si incontra al Cibus di Parma

La 15ª edizione di Cibus, il Salone internazionale dell'alimentazione, si terrà a Parma dal 10 al 13 maggio 2010. Saranno presenti le aziende leader in tutti i settori della produzione industriale agroalimentare, i buyer della Grande distribuzione italiana e una rappresentanza della Grande distribuzione europea e internazionale.

Per la prima volta è stata organizzata un'area espositiva per le catene distributive estere, che esporranno le loro linee a marchio premium e incontreranno le aziende per implementarle con i prodotti made in Italy, dove i retailer esteri terranno seminari sulle loro esperienze nelle scelte dell'assortimento, e con l'attribuzione del premio "Cibus international export awards" alle insegne che, per categoria, hanno meglio saputo valorizzare la produzione italiana e alle aziende che si sono particolarmente distinte sul mercato retail estero.

«La crescente attenzione ai mercati esteri - spiega **Elda Ghiretti**, Cibus manager - sarà il carattere distintivo di questa edizione, per la quale sono stati incrementati i già significativi investimenti sull'incoming. Grazie alla proficua collaborazione con l'Ice, il ministero delle Sviluppo economico e la Regione Emilia Romagna, avremo una maggiore partecipazione dei rappresentanti dei Paesi esteri: Francia Paese "d'onore", Giappone e Cina sud orientale aree focus, Stati Uniti e Svizzera Paesi "obiettivo", con aree e progetti dedicati, oltre alla tradizionale focalizzazione sui mercati strategici per il food made in Italy, come Gran Bretagna, Germania, Russia, Benelux e Paesi Balcanici».



La superficie espositiva passa dai 12mila mq del 2008 ai 13mila; gli espositori saranno circa 2.500; sono attesi 7mila operatori esteri, provenienti da 110 Paesi. Tra le novità, la "Piazza dei prodotti Dop e Igp". *cod 14002*

Fenomenologia del menu a prezzo fisso

La moda tutta italiana dei brutti cartelli

di Guerrino Di Benedetto

Il paesaggio urbano delle grandi città è sempre considerato un "work in progress" di cambiamenti architettonici ma anche commerciali. Il filosofo greco Eraclito diceva "tutto scorre"; a questa regola non sfuggono nemmeno i ristoranti, i bar, gli alberghi, i locali pubblici, le discoteche e, con loro, i proprietari. In questo scorrere del nostro tempo le grandi città, dai centri storici alle periferie, sono ormai costellate dal fenomeno "cartellonistico", che consiste nell'esposizione delle più disparate (e disperate) forme del menu fisso.

Si è venuta così a creare una vera e propria fenomenologia creativa del menu fisso, al fine di "accalappiare" i passanti e rubare i clienti ad altri colleghi ristoratori, convincendo i poveri dipendenti delle aziende e degli uffici limitrofi a entrare. La fenomenologia, secondo il filosofo austriaco Edmund Husserl, è il "ritorno alle cose stesse" attraverso la conoscenza, e dunque la descrizione del fenomeno "così come esso si dà" per coglierne la pura forma, l'essenza e l'idea.

Può essere difficile capire la fenomenologia del menu fisso; di conseguenza per aiutare i nostri lettori allegheremo di volta in volta fotografie esplicative di questa nuova moda. Il menu fisso è una categoria della filosofia della ristorazione presente solamente in Italia, in altri Stati diventa, ad esempio, il piatto del giorno, quello dello chef, il business lunch, ecc.

Cominciamo ora a esaminare il simpatico e originale **menu d'artista**: come potete vedere (*foto sotto, al centro*), il ristoratore creativo ha usato una cornice posticcia di polistirolo in "stile Van Gogh" dove veramente la realtà ha superato la fantasia.

Come se non bastasse, lo stesso artista (*foto sotto, a sinistra*) ha completato la sua opera passando al secondo soggetto dal titolo sicuramente appropriato "**volemose bene che poco ce costa**", dove a causa del faticoso lavoro del ristoratore non è riuscito neppure a trovare le forze per raddrizzare il cartello da lui scritto. Il costo del menu fisso è di 10 euro, ma di fronte a tanta creatività artistica non ce la sentiamo di entrare (o entriamo per premiarlo?).

SCATTATE E INVIATE LE VOSTRE TESTIMONIANZE

Il nostro viaggio intorno alla fenomenologia della ristorazione continuerà sui prossimi numeri della rivista, arricchito di nuovi fenomeni e nuove foto. "Hasta el menu siempre", quindi. Lanciamo un invito anche a tutti i nostri lettori: inviateci una mail all'indirizzo **redazione@italiaatavola.net** allegando le foto delle vostre avventure e disavventure nell'Italia del menu a prezzo fisso. Non dimenticatevi di specificare il nome del ristorante, la località in cui si trova e le vostre impressioni.

Altro esempio di menu fisso che abbiamo scoperto in giro per le città è quello **Italo-regional-etnico** (*foto sotto, a destra*), con nome dell'artista chef. Dalla foto ci si può sicuramente fidare della bontà della cucina pugliese rielaborata in chiave 10 euro "da Rocco". Un nome, una garanzia. La cosa che colpisce di più è che non avrebbe avuto alcun effetto sul cliente se il nome del ristorante fosse stato "da Sergio" oppure "da Dario". *cod 14170*







L'AUTOLESIONISMO DEGLI OPERATORI *di Renato Andreolassi*

Gaver, **impianti chiusi**. Gli esercenti reagiscono...



La sfida del Gaver. Accade in una delle più belle zone della provincia di Brescia. Nella splendida piana fra la val Dorizzo e la val Del Caffaro. Qui adesso ci sono oltre 150 cm di neve. Stagione più bianca che mai, ma, per protesta contro gli enti pubblici che non hanno costruito i paravalanghe lungo la strada che sale da Bagolino, i titolari degli impianti di risalita hanno deciso di chiudere tutto. Chiusi gli impianti e "morte" quasi certa per i titolari di alcuni esercizi pubblici, che vivono con i proventi delle settimane bianche. Impianti di risalita chiusi, ma sfida aperta con i piccoli esercenti che, nonostante tutto, hanno deciso di continuare con gli sport alternativi. Ciaspole, fondo, slittini e alpinismo. Migliaia di persone hanno preso d'assalto la piana per godersi natura e sport. Quando la categoria vuole... Davide batte Golia.

...ma sui laghi bresciani la situazione è **critica**

Notizie meno buone per la riapertura dei locali pubblici dopo la pausa invernale sui laghi. La pulizia come primo argomento da affrontare. Ma non solo. Ad esempio il menu e i piatti post rodaggio. Forse i ristoratori dovrebbero riaprire con prudenza e con assaggi di qualità. Non sempre la cucina è all'altezza della situazione. In una situazione di crisi trattorie, alberghi, ristoranti più o meno stellati quali inizative hanno assunto per contenere i prezzi? Negli ultimi due anni il prezzo del coperto è rimasto invariato? L'esperienza personale ci dice tutt'altro. Alle varie categorie non converrebbe una campagna dai prezzi chiari, specie nei weekend? *cod 14199*



Spesi 5 miliardi per il buon cibo in agriturismo

L'Italia è l'unico Paese al mondo a poter offrire una grande varietà dei percorsi turistici legati all'enogastronomia con 142 strade dei vini e dei sapori e, oltre a più di 18mila agriturismi, in Italia sono aperti al pubblico per l'acquisto di prodotti enogastronomici 63mila frantoi, cantine, malghe e cascine. Il numero di agriturismi è aumentato del 90% negli ultimi 10 anni. La buona tavola è una delle ragioni principali per scegliere uno degli agriturismi, seguita da sport, benessere e cultura. *cod 14222*

Rimedi antichi e ricerca, questo è il menu anti cancro






Dai medicinali ai cibi. Le riviste scientifiche sembrano ricettari di cucina. Da tempo si conoscono le proprietà curative degli alimenti: gli antociani delle arance rosse di Sicilia, la curcumina del curry, lo xantumolo del luppolo, le catechine del tè (verde, bianco e nero). E ancora: la soia che "imbroglia" gli estrogeni femminili, il melograno "proteggi-prostata", gli alimenti ricchi di selenio, gli isoflavoni, la vitamina A e la E, il ginkgo biloba, il licopene e la quercetina di pomodori, kiwi, mele e cipolle rosse. Senza dimenticare i piatti completi: un piatto di spaghetti aglio, olio e peperoncino è panacea anti-tutto.

Ma non esistono solo i "buoni". Carne alla griglia e salumi sono fattori di rischio. Come i dolci, in particolare gli zuccheri raffinati. Saperi antichi e nuove ricerche oncologiche sono da tenere in conto nella scelta del menu. Ci vorrebbe una guida Michelin con i ristoranti della salute. E un bollino arancio per le mense più salutari: idee di Adriana Albini, dell'Istituto Multimedica di Milano.

Ma anche il connubio alimentazione e sport è importante per stare bene e in salute. «Una sana alimentazione tiene lontane molte malattie» ha spiegato **Igor Cassina**, ginnasta e oro olimpico di Atene 2004.

«Il vero lusso - ha aggiunto **Alberto Costa**, direttore della Scuola europea di oncologia - è il lusso del tempo, e del cibo sano». Ed è talmente importante magiare bene, che gli scienziati Airc (Associazione italiana ricerca sul cancro) hanno sottolineato come il 30% dei tumori sia correlato a un'errata alimentazione: «Una dieta ricca di cibi troppo raffinati, un consumo elevato di prodotti animali e uno stile di vita sedentario portano allo sviluppo di numerose patologie cronico-degenerative, che potrebbero essere prevenute adottando un'alimentazione più naturale. E le arance rosse di Sicilia rappresentano una buona fonte di sostanze utili per la salute, a partire da quelle contenute nella loro buccia». Con i suoi volontari, l'Airc punta a raccogliere grazie alla campagna delle arance almeno 4 milioni di euro, per costituire la "base" dei finanziamenti per gli studi scientifici dell'intero 2010. Quelli finanziati «saranno progetti che riguardano tutti gli aspetti della ricerca oncologica - ha detto **Piero Sierra**, presidente Airc - e nel solo 2009 abbiamo potuto finanziarne 454, rigorosamente selezionati con il sistema del peer review».

Tra gli studi Airc, quelli di Adriana Albini e di **Bernardo Bonanni**, direttore della divisione di prevenzione e genetica oncologica dello Ieo di Milano. Bonanni punta il dito su grassi e zuccheri: l'insulino-resistenza, per esempio, è cancerogena. «La pillola anti-diabete metformina - dice - sembra ridurre del 40% il rischio di tumore al seno ed è allo studio all'Ieo come prevenzione». Tra le novità anche lo xantumolo. «È un flavonoide contenuto nel luppolo - spiega **Adriana Albini**. Possiede proprietà antileucemiche sorprendenti». E la buccia dell'arancia agisce sulle cellule tumorali, endoteliali e dell'immunità innata, ostacolando la progressione dei tumori. Quello del pancreas, per esempio.

Ma **Anna Villarini**, biologa nutrizionista dell'Istituto nazionale dei tumori (Int) di Milano, avverte: «Se luppolo e resveratrolo hanno effetti benefici, ciò non significa che birra o vino rosso vadano bevuti con leggerezza». *cod 13984*

Le donne manager bevono più vino



Rispetto alle impiegate, le manager bevono quasi il doppio: è quanto emerge dallo studio dei ricercatori inglesi dell'Office for National Statistics. L'analisi, condotta su un campione di 14mila persone, ha dimostrato che le donne in carriera consumano quasi un litro e mezzo di vino a settimana, circa 10,2 consumazioni da 125 ml rispetto alle 6,5 delle donne che svolgono impieghi non manageriali. È anche emerso che una donna su cinque assume più di 15 drink a settimana - quantità ritenuta il limite da non superare - e che, rispetto al 2008, mentre il consumo di alcol si è ridotto fra gli uomini, quello femminile è cresciuto da 7,7 a 9,5 consumazioni a settimana. *cod 13977*

CIOCCOLATO: PUR DI MANGIARLO SI SUPERA IL DOLORE - Che il cioccolato dia dipendenza è da tempo scientificamente provato. Ma secondo uno studio condotto sui topi dall'Irccs Fondazione Santa Lucia di Roma, può diventare una tale passione da vincere anche il dolore, pur di mangiarlo. *cod 14106*

DOPO CARNEVALE ITALIANI PIÙ GRASSI DI CIRCA 250 GRAMMI - Le abbuffate di chiacchiere e frittelle lasciano in eredità agli italiani circa 15 milioni di chili da smaltire, circa 250 grammi a persona. La causa, i dolci fatti con ingredienti semplici ma molto calorici, come farina, zucchero, burro miele e uova. *cod 14190*

BIBITE ZUCCHERATE E GASSATE C'È RISCHIO PER IL PANCREAS
Secondo uno studio dell'American association for cancer research il consumo di soft drink può aumentare il rischio di sviluppare il cancro al pancreas. La forte quantità di zuccheri può accrescere il livello di insulina che è canceroso. *cod 14097*

Occhio al pane per diabetici e cardiopatici

A seconda del frumento utilizzato il pane può aiutare a prevenire le cardiopatie o il diabete di tipo 2. Lo ha scoperto un gruppo di ricercatori finanziato dall'Unione europea in uno studio riportato dal notiziario Cordis. Il pane di frumento integrale è un'alternativa migliore del pane bianco. Così come una dieta a base di frumento integrale può contribuire al benessere e a una migliore salute, perché il frumento integrale contiene più fibre, vitamine e minerali.

«Non sappiamo perché la segale stabilizzi la curva degli zuccheri nel sangue, ma ci stiamo avvicinando alla risposta - ha detto **Liza Rosen** dell'Università di Lund. Esistono diversi tipi di segale e non tutti hanno lo stesso effetto». Il team ha anche scoperto che i partecipanti agli studi sui pasti che avevano consumato grani di segale cotti al mattino, erano più sazi e mangiavano meno. *cod 14212*



Successo o meno della dieta? Dipende dai geni

Un gruppo di ricercatori spagnoli, studiando 180 persone obese o sovrappeso, rivela di aver individuato profili genetici associati a una maggiore tendenza a riprendere peso dopo una dieta. In alcuni soggetti sovrappeso od obesi sarebbero proprio i geni a intralciare i progetti di dimagrimento. Per ora, però, niente "dieta genetica", occorreranno 15-20 anni per arrivare a indicazioni dietetiche orientate dal punto di vista genetico. *cod 14086*

La vecchia Milano in 101 indirizzi

Carlo Cambi è considerato uno dei più autorevoli cronisti dell'enogastronomia e uno dei maggiori esperti di turismo in Italia. Con questo suo enorme bagaglio di esperienza e di competenza ha scritto il volume edito da Newton Compton al prezzo di 14,90 euro, "101 Trattorie e Osteria dove mangiare almeno una volta nella vita e spendere molto poco".



Proprio nel bailamme di insegne che affollano le serate meneghine con le proposte molecolari e fusion di etnici, fast-food, ristoranti all'ultimo grido in fatto di menu e design, Carlo Cambi ci riporta alla Milano che fu, segnalandoci le 101 osterie e trattorie più caratteristiche della città, dove recuperare la dimensione più popolare e autentica di questa metropoli considerata la città più europea d'Italia. Perché la Milano di una volta resiste, con le sue atmosfere d'antan, in queste roccaforti dell'anima cittadina.

Molto utili le schede informative sui singoli locali (indirizzo, gionro di chiusra, sito internet, prezzi, coperto ecc.). **(G.N.)** *cod 14231*

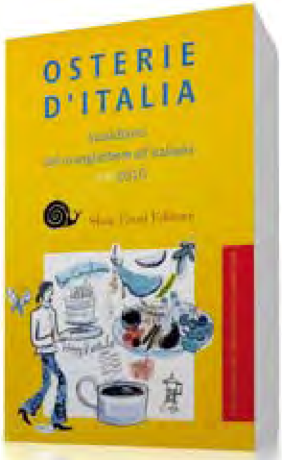
101 Trattorie e Osterie di Milano
di Carlo Cambi
Newton Compton Editore - Pagine 336

Bere analcolico
Ce lo racconta "BevItalia"

Beverfood, specializzata nella pubblicazione degli "Annuari del bere", presenta il nuovo Annuario BevItalia 2008-09 che in 480 pagine ricostruisce e aggiorna l'intero mosaico informativo del bere analcolico in Italia: acque minerali, bibite e succhi. Il nuovo report, pubblicato in collaborazione con Mineracqua (l'associazione imprenditoriale delle industrie italiane di acque minerali naturali, acque di sorgente e bevande analcoliche) si presenta ricco di informazioni e immagini, mettendo a fuoco tutta la complessa realtà settoriale con riguardo a mercati, marche, confezioni, produttori, importatori e fornitori specializzati. Bevitalia è reso disponibile per l'Italia sia in versione cartacea (100 euro per copia) che in versione digitale Pdf (60 euro). Info al numero 02 283717. *cod 13352*

Osterie d'Italia

Per il suo ventesimo compleanno la Guida assegna 26 chiocciole al Piemonte



Un compleanno importante quello di Osterie d'Italia: si festeggiano i vent'anni dell'unica guida dedicata ai locali dove si pratica la migliore cucina regionale. **Paola Gho,** curatrice, ripercorre «la serie storica di migliaia di locali, centinaia di visite dirette, la vitalità di molti posti "storici" e quella di nuove imprese. Molti ristoratori - a ragione o a torto - hanno introiettato una sorta di "osteria modello" cui hanno cercato di uniformarsi; altri, in procinto di aprire un nuovo locale, ci hanno chiesto quali caratteristiche a nostro avviso avrebbe dovuto avere. A loro abbiamo risposto che occorre prima di tutto "essere se stessi" e puntare sulla semplicità».

A testimoniare l'importanza di una convivialità che vive attraverso il tempo, i lettori troveranno il ritorno delle prefazioni regionali che avevano caratterizzato la 1ª edizione. La Chiocciola di Slow Food è stata assegnata a 221 locali. Il Piemonte, con 26 indirizzi, è la regione con il maggior numero di osterie premiate, davanti a Toscana (21), Lombardia e Campania (19), Veneto (18), Lazio (14), Puglia (13) ed Emilia Romagna (12); seguono Marche, Friuli Venezia Giulia e Sicilia (9), Alto Adige, Liguria e Basilicata (8), Abruzzo (7), Trentino (6), Calabria (5), Umbria (4), Sardegna e Cantone Ticino (2), Molise e Valle d'Aosta (1). *cod 13131*

Osterie d'Italia 2010
di Paola Gho
Slow Food Editore - 912 pagine, Euro 20



170 RICETTE PER UNIRE L'ITALIA A TAVOLA

Martino Ragusa e il Gruppo Cir food (Aliberti Editore) hanno siglato il libro che rilancia alla maniera dell'Artusi l'unità d'Italia a tavola. Grazie a riletture moderne delle ricette locali, il "Manifesto della Cucina nazionale italiana" propone preparazioni neo-tradizionali capaci di coniugare prodotti, saperi e sapori d'ogni parte d'Italia. Ricette abbinate ai rispettivi vini, ideate da Martino Ragusa oltre che da cuochi professionisti, gastronomi e appassionati di cucina. *cod 13155*

Metro firma un volume "strategico"

Alimenti e nutrienti strategici: l'ortofrutta è un volume curato da Claudio Truzzi, responsabile sistema qualità di Metro Italia Cash and Carry, in collaborazione con l'Associazione ricercatori nutrizione e alimenti. L'opera è divisa in 5 sezioni che trattano gli argomenti correlati a caratteristiche organolettiche, qualità, criticità e conservazione dei prodotti senza trascurare le problematiche igienico-sanitarie. Più di 70 le schede su freschezza e caratteristiche nutrizionali. «Il volume - ha sottolineato **Dominique Minnaert**, direttore generale di Metro Italia - si colloca all'interno di un progetto iniziato tre anni fa con l'obiettivo di formare e informare i clienti in merito agli aspetti qualitativi e nutrizionali dei nostri prodotti». «La redazione di questo completo ed approfondito volume - ha evidenziato l'autore Claudio Truzzi - ha coinvolto il dipartimento Sistema qualità di Metro Italia e i suoi collaboratori in un duro lavoro di oltre un anno». **(M.F.)** *cod 13261*

Utile guida tascabile agli additivi

Dolcificanti, cibi confezionati, snack e patatine contengono una quantità ingente di additivi che, purché autorizzati, sono spesso pericolosi per la salute. «L'obiettivo di questo libro non è spaventarvi ma informarvi sulla composizione di quello che voi e i vostri



bambini consumate senza saperlo», scrive **Corinne Gouget** nella sua Guida Tascabile agli Additivi Alimentari (Macro Edizioni, 2009). Il nostro corpo non è abituato a dosi massicce e purtroppo per tutelarsi, oggi, non basta più solo leggere le etichette dei prodotti. *cod 13636*

Roma nel piatto e in bottega

Sarà ancora vero che a Roma si mangia bene dovunque? Difficile a dirsi. Tra le tante guide nate per segnare itinerari della buona tavola eccone una di taglio particolare, edita da "La Pecora Nera".



Parliamo di "Roma nel piatto 2010", che varca per la prima volta il confine della provincia di Roma estendendo a tutto il territorio regionale l'area di recensione e portando a 531 il numero dei locali in guida. Diverso l'approccio alla base di "Roma per il goloso", la guida informativa alle botteghe del gusto della Capitale, a cura di Fernanda D'Arienzo. 14 le categorie di boutique e negozi di eccellenze enogastronomiche giudicati in oltre 700 schede. **(M.M.)** *cod 13191*

Compleanno da Buongustai Sono 25 gli anni di attività



di Roberto Vitali

Il Club Buongustai Bergamo ha festeggiato i 25 anni di attività con una serata alla Cantalupa di Brusaporto (Bg), la sala per ricevimenti del ristorante Da Vittorio (tre stelle Michelin). Il presidente **Ernesto Tucci** (*nella foto in alto, secondo da sinistra, accanto a* ***Bruno Martinelli***) ha ripercorso la storia del club, impegnato a diffondere la cultura della tradizione enogastronomica bergamasca e non solo, nel nome dell'amicizia e della civiltà della tavola.

Presente l'assessore comunale di Bergamo **Enrica Foppa Pedretti** (*nella foto in alto, prima a destra*), è stata nominata socia onoraria **Nicoletta Mazzuccotelli** (*nella foto in alto, seconda a destra*), presidente di Archeocucina. È stato consegnato il collare con il distintivo del club ai nuovi soci (*nella foto sotto*) iscritti da almeno tre anni: Bruno Argentieri, Eugenio Bissa, Claudio Corradini, Dino Mangili, Manuela Mauri, Andrea Peracchio, Simone Sala, Maurizio Siboldi.Ringraziati gli sponsor: Ortofrutticola fratelli Santini di Azzano San Paolo (Bg), cantina Tenuta degli Angeli di Carobbio (Bg), Cantiere Tri Plok di Montello (Bg), vinicola Martinelli di Ranica (Bg).

L'équipe di cucina guidata da Enrico e Roberto Cerea ha presentato nell'ordine: stuzzichini d'aperitivo (tra cui le delicatissime verdure fritte); flan di gorgonzola con spuma di zucca e granella di amaretto; risotto con scarola dei colli di Bergamo e crema di Taleggio; merluzzo nero d'Alaska con purea di broccoli e carciofi fritti. Per finire, il consueto, sempre ricco e gustoso, buffet dei dolci. Tra i vini in abbinamento, il Faber, Rosso Cantalupa prodotto con le uve dei vigneti delle colline che circondano il ristorante, vino dedicato dalla famiglia Cerea al grande e indimenticabile Vittorio, fondatore del ristorante oggi tre stelle Michelin, ristoratore e padre di famiglia indimenticabile e indimenticato. *cod 14174*



Il Circolo di Fabio Campoli ai giochi di Vancouver



Dopo il 100° Giro d'Italia e il più recente Gran premio Costa degli Etruschi, è toccato alle Olimpiadi invernali di Vancouver. Così è nato il connubio tra lo sport e il Circolo dei Buongustai del cuoco **Fabio Campoli** (*nella foto*) che si consolida sempre di più, stringendo ulteriormente l'unione tra lo sport e le eccellenze gastronomiche d'Italia, di cui lo stesso Circolo dei Buongustai è promotore. L'Italia è stata presente in Canada non solo con i suoi campioni azzurri sulle piste innevate, ma anche con i suoi migliori prodotti caseari e uno dei più grandi chef del Belpaese, che ha firmato un menu di grande gusto e fantasia.

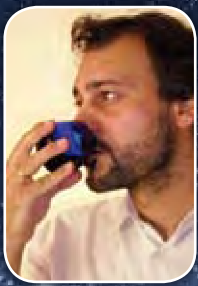
"I grandi formaggi italiani di montagna insieme al grande sport della neve" era il tema della campagna promossa a Casa Italia, il "quartier generale" degli azzurri, dal ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali e organizzata da Caseus Montanus, in collaborazione con il Circolo dei Buongustai. *cod 14250*


www.buonalombardia.it
Prodotti tipici Educazione alimentare
Ricette lombarde Itinerari e Agriturismo
LOMBARDIA. COSTRUIAMOLA INSIEME.
RegioneLombardia
Agricoltura

I nostri amici Ariete



Nicola Bonera
Sommelier
25/03/1979



Marco Oreggia
Giornalista
ed enogastronomo
27/03/1965



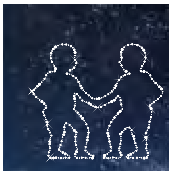
ARIETE (21/03 - 20/04)

L'incoraggiamento celeste si manifesta in pieno da quando Venere, Mercurio e infine anche il Sole saranno smaccatamente dalla tua parte. Usa modi cauti e fare morbido, disinvolto, ma con finalità rocciosissime! Inoltre, grazie a Venere e a Marte, non c'è battaglia amorosa che non ti veda ampiamente vincente. Non indugiare nell'ingordigia e nella golosità.



TORO (21/04 - 20/05)

Con una visione smaliziata e previdente programma i mesi a venire con la scrupolosità di un generale che organizza le sue armate prima della battaglia. Ti aspetterà una primavera impegnativa e già da ora devi dirigerne bene le forze, le tendenze, le speranze. In amore tieni vivo l'alone romantico. A tavola potrai premiarti per ogni buona azione di marzo.



GEMELLI (21/05 - 21/06)

Fai i conti con la necessità di rallentare il ritmo. Poi, rinfrancato dalle stelle, potrai mettere mano ai disegni più interessanti e impegnativi, con la certezza di finire ciò che avrai iniziato. Dai all'amore una tensione più dolce, donagli un substrato di accogliente tenerezza ma nel lavoro invece punta al sodo. Fatti tentare da pietanze sfiziose, deliziose e rare.



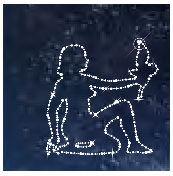
CANCRO (22/06 - 22/07)

Si tratta di un mese molto attivo, specialmente nella sua prima parte. Dialogo, vicinanza emotiva, comunione d'intenti e di scopi sono alla base di un legame affettivo stretto, forte e in espansione. Inoltre pensare a una situazione professionale più autonoma non è solo un'azzardata speranza. Evita troppi latticini perché producono dei calcoletti e renella.



LEONE (23/07 - 22/08)

L'elettrizzante novità del momento è che Saturno protegge il bel Marte nel segno e che i tuoi ardimentosi propositi sono quindi supportati dalla razionalità. Per di più ora l'amore ha connotati assai arditi e le situazioni a luce rossa sono di stretta attualità! Nel lavoro dovrai saperti imporre con calma, mentre a tavola ti serve ricaricare le batterie esaurite.



VERGINE (24/08 - 22/09)

La situazione che vorrai sbrogliare trova definitiva soluzione nella seconda parte del mese. Prima prendi tempo nelle faccende importanti, anche per non varare decisioni vincolanti su due piedi. In amore marzo ti serve per riconquistare confidenza, intimità e scambio affettuoso. Al tuo desco si trovano i cibi più ricercati, però cucinati assai semplicemente: il meglio!



BILANCIA (23/09 - 22/10)

Con diligenza e serietà appronti le mosse che ti porteranno alla meta, ma aspettati qualche rinvio e qualche lieve ritardo nel programma di massima. La persona cara è un poco intimidita dalla tua attuale severità: sei concentrato sul mutevole e delicato campo lavorativo. Comunque se mangi in fretta e furia aspettati presto disagi di natura digestiva.



SCORPIONE (23/10 - 22/11)

Con mezzi finanziari promettenti, con imprenditorialità accentuata, stai mettendo mano a notevoli e belle imprese: ti sprona la tua sicurezza personale. Con chi ami sei sulla stessa lunghezza d'onda: hai le sue stesse motivazioni e gli stessi obiettivi. L'unione è sempre più forte! Ricordati di continuare con l'abitudine salutare di un'abbondante prima colazione.



SAGITTARIO (23/11 - 21/12)

Dovrai vincere certe cocciute resistenze familiari ai tuoi progetti e solo con l'ottenuta approvazione delle tue aspirazioni passerai a realizzarle. Nei sentimenti, eventuali piccoli bisticci non sono che scuse per far pace. Positivi e incoraggianti gli astri nel lavoro, che decollerà velocemente. Attieniti ai tuoi gusti attingendo a valide ricette d'Oltralpe.



CAPRICORNO (22/12 - 20/01)

Le stelle ti vogliono effervescente in campo comunicativo, nel settore sociale e in una inusuale immediatezza nei rapporti interpersonali. Ti sarà allora facile stabilire ponti di intesa amichevole con la persona cara. Usa meno schiettezza nelle relazioni di lavoro, nelle quali è bene essere ermetici. Premiati poi con preparazioni succulente e ben condite: le lasagne!



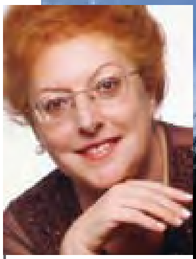
ACQUARIO (21/01 - 19/02)

Potresti cavalcare la tigre di una certa vivacità per modificare l'immagine che si ha di te, positiva ma ultimamente statica. In amore non puoi fare a mano di chiederti se il legame presente è ancora vitale e solido. Nel settore professionale prediligi la tua convenienza mentre ti piaceranno abbinamenti azzardati, in un'appagante mescola di sapori.



PESCI (20/02 - 20/03)

La prima parte di marzo è spettacolare, gaia ed eccellente! Comunque per tutto il mese le condizioni di vita sono al di sopra delle tue stesse speranzose aspettative, tanto in amore quanto nella resa del tuo interessante lavoro. Giove però, di insaziabilità goliardica e godereccia, sarà il motore di una certa tendenza a metter su peso...



L'astrologa **Susy Grossi** abbina zodiaco ed enogastronomia
www.astroconsulti.net
www.susygrossi.it



Vuoi contattare la nostra redazione?

Per scrivere o contattare la redazione, per inviare lettere al direttore o chiedere consulenza su alcuni argomenti trattati sulla rivista scrivere a **redazione@italiaatavola.net**

Oppure mandare un fax al numero **02 700557702**

Troppe schifezze nelle macchinette delle scuole

Caro Alberto,
come sempre, sono d'accordo con quello che scrivi e con le "fotografie" che scatti del malmesso mondo dell'agroalimentare italiano con annessi e connessi. Vorrei però fare una considerazione: va bene l'invito di Giorgio Calabrese a partire dalle scuole per insegnare a distinguere tra un prodotto genuino e un McItaly e va bene che lui abbia avviato iniziative nel Lazio.

Ma non bastano poche manciate di scuole (soprattutto elementari) per dire che si insegna il mangiare sano in Italia. Hai idea di quanto vengano prese d'assalto, ogni giorno, le macchinette distributrici di varie "schifezze" nelle scuole? A parte la spesa, sappiamo quanto "alta" sia la qualità di snack, patatine e dolcetti (si salveranno i biscotti?).

Questo è il risultato di una pessima cultura alimentare (e quanti ragazzi si ritrovano sovrappeso per questi assalti alle macchinette!), ma anche, e soprattutto, per una "non cultura" di chi sceglie i fornitori. Da quanto le associazioni agricole insistono per inserire la frutta nelle macchinette? Tu ne hai vista una fornita di mele, arance o pere? Io no, semplicemente perché i fornitori non le hanno e non intendono tenerle, perché gli scarti sarebbero elevati e i ricavi ridotti. Ecco che allora, dopo tante parole, occorrerebbe intervenire pesantemente sulla filiera, oltre che sui giovani. Altrimenti, tante belle parole e tante belle proposte finiranno nella spazzatura, come la frutta "passata".
Un abbraccio.

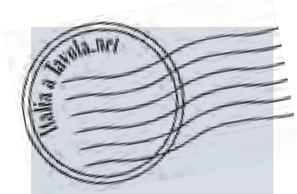
Giorgio Bertoni

Caro Giorgio,
come sempre hai perfettamente ragione. Il tema dell'educazione alimentare a scuola è serissimo e l'ho sollevato in alternativa all'idea deforme di utilizzare strumenti come McItaly proprio per sollecitare un dibattito su questo tema.

Alcune iniziative sono state avviate perchè a scuola si distribuisca frutta, ma perchè questo diventi un vero programma nazionale occorrerebbe davvero che il ministero delle Politiche agricole collaborasse con quello della Pubblica istruzione. E ciò vale anche per quello della Salute.

Mi piace ricordare la bella iniziativa del sottosegretario onorevole Francesca Martini per bandire questi distributori di "schifezze" dagli ospedali. Come succede per i troppi annunci dei politici non se ne è però fatto nulla, e la bionda sottosegretario ha cominciato a prendersela con gli addittivi usati in cucina dai cuochi o più recentemente con il patetico Bigazzi, reo di aver ricordato tradizioni e realtà di territorio come il mangiare gatti al posto dei conigli.

a.l.



Con gli avanzi di cibo dell'albergo alleviamo maiali e galline

Gentile direttore, noi ricicliamo così gli avanzi di cibo e gli eccessi di pane giornalieri del ristorante del nostro albergo: alleviamo maiali e galline! Sicuramente non tutti hanno questa possibilità ma gli allevatori, anzichè utilizzare mangimi di "chimica" provenienza, potrebbero essere degli ottimi "smaltitori" di tali eccessi. Sicuramente a vantaggio della qualità della carne prodotta.

Rosa Vasile

Gentilissima Rosa, la sua testimonianza è preziosa perchè dimostra come, nonostante la moderna distribuzione organizzata e la globalizzazione, si può essere ancora virtuosi e avviare dei cicli di compatibilità che evitano sprechi e tutelano la salute dei consumatori. I suoi clienti sono fortunati e mi auguro che tanti suoi colleghi seguano il suo esempio e facciano iniziative di riciclo simili.

a.l.

McDonald's è un ristorante "etnico"

Caro Alberto, discutevo con mia moglie dell'accaduto ponendo l'attenzione soprattutto sulle parole di Carlo Petrini di Slow Food che chiedeva, in modo risoluto, che McDonald's dichiarasse il prezzo d'acquisto di Asiago e Bresaola (inascoltato).

Poi mia moglie, disarmante, ha sottolineato che «McDonald's è un ristorante etnico e come non ci vado in un cinese a cercare cibo italiano, così non vado da McDonald's per "sentire" un gusto italiano. Lì ci vado quando voglio mangiare hamburger e patatite american style».
E la discussione si è chiusa...

Aldo Palaoro

Cara Aldo, tua moglie ha proprio ragione. L'importante è non pensare che McDonald's rappresenti tutta la cultura gastronomica statunitense.

a.l.

Offerte Lavoro

- **RIST.** in TRENTINO cerca **1 AIUTO CUOCO + 1 CAMERIERA/E** - per terminare stagione invernale - locale di 70 coperti
- **TRATT.-PIZZ.** in GERMANIA cerca **1 CAMERIERA/E DI SALA** per lavoro fisso - bella presenza, serietà e conoscenza lingua tedesca
- **RIST.** in BELGIO cerca **1 CHEF DI PARTITA** per lavoro fisso - persona capace, seria, amante del lavoro
- **RIST.-PIZZ.** in SPAGNA cerca **1 PIZZAIOLO** cerca per lavoro fisso o stagionale - persona professionista ed esperta
- **RIST.** in LOMBARDIA cerca **1 CUOCO CAPO PARTITA** - persona esperta di cucina regionale ed internazionale
- **RIST.** in CALABRIA cerca **1 CHEF + 1 PIZZAIOLO + 1 CAMERIERA/BARISTA** - cerca da luglio per stagione estiva
- **HOTEL** in VENETO cerca **1 SEGRETARIA** dal 20 marzo al 30 ottobre - persona seria, volenterosa esperta uso PC e conoscenza lingue
- **RIST.** in SARDEGNA cerca **1 CHEF CAPO PARTITA** per stagione estiva - persona giovane e motivata
- **HOTEL-RIST.** in SARDEGNA cerca **1 MAITRE** per stagione estiva - persona esperta con conoscenza lingue
- **BAR** in LOMBARDIA cerca **1 BARISTA** - cerca solo per il week-end da marzo - persona seria ed esperta
- **RIST.** a MALTA cerca **1 SOUS CHEF/ PIZZAIOLO** da marzo - locale con una cucina povera, tradizionale e genuina tipica della trattoria italiana
- **RIST.** in FRIULI cerca **1 CAMERIERE/A** da aprile per 10 mesi - persona seria, esperta e conoscenza lingua tedesca
- **RIST.** a MALTA cerca **1 CAPO PARTITA** da marzo - esperienza in rist. di livello alla carta

Ricerche Lavoro

- **BARISTA** età 22 esp. 6 - per Italia/estero
- **BARISTA** età 33 esp. 1 stag. + 3 in proprio - ingl. - per Italia/estero
- **BARISTA/CAMERIERA COMMIS** età 24 esp. 7 - per Italia/estero
- **BARMAID** età 19 esp. 4 - sc.alberg. - ingl. e franc. scol. - per Italia
- **BARMAN** età 39 esp. 20 - freestyle - spag. perfetto, ingl. di servizio - per Italia/estero
- **CAMERIERA** età 48 esp. 10 - per Italia
- **CAMERIERA/BARISTA** età 20 esp. 4 - ingl. e franc. scol. - per Italia/estero
- **CAMERIERE** età 36 esp. 18 - ingl., ted. e franc. - per Italia/estero
- **CAMERIERE** età 39 esp. 20 - fran. discreto, ted. e ingl. di servizio - per Italia/estero
- **CAMERIERE CHEF DE RANG** età 50 esp. 28 - ingl. e franc. - per estero
- **CAMERIERE CHEF DE RANG** età 43 esp. 23 - ingl. buono e franc. discreto - per Italia/estero
- **CAMERIERE CHEF DE RANG/ BARMAN** età 33 esp. 15 - sc.alberg. - ingl., franc., e ted. di servizio - per Italia/estero
- **CAMERIERE COMMIS** età 25 esp. 1 stagione - per Italia/estero
- **CAMERIERE COMMIS/BARMAN** età 37 esp. 23 - ingl. - per Italia/estero
- **CAMERIERE/BARISTA** età 26 esp. 5 - per Italia
- **CAMERIERE/BARMAN** età 24 esp. 6 - ingl. buono e ted. di servizio - per Italia/estero
- **COMMIS DI CUCINA** età 20 esp. 1 - per Italia
- **COMMIS DI CUCINA** età 18 esp. stage - sc.alberg. - per Italia/estero
- **COMMIS DI CUCINA** età 20 esp. 2 - sc.alberg. - franc. - per Italia
- **COMMIS DI CUCINA** età 22 esp. 6 stagioni - sc.alberg. - ingl. e franc. scol. - per Italia/estero
- **COMMIS DI CUCINA** età 37 esp. 10 - franc. e ingl. buono - per estero
- **COMMIS DI CUCINA/CAMERIERA PIANI** età 45 esp. 8 - sc.alberg. - per Italia/estero
- **CUOCA** età 49 esp. 15 - per Italia/estero
- **CUOCA** età 32 esp. 10 - sc.alberg. - per Italia/estero
- **CUOCO** età 43 esp. 25 - spagn. buono - per Italia/estero
- **CUOCO** età 48 esp. 25 - per Italia/estero
- **CUOCO** età 50 esp. 25 - ingl. - per Italia
- **CUOCO** età 40 esp. 15 - franc. - per estero
- **CUOCO** età 41 esp. 20 - sc.alberg. - ingl. - per Italia/estero
- **CUOCO** età 50 esp. 30 - ted. - per Italia/estero
- **CUOCO** età 38 esp. 20 - sc.alberg. - per Italia/estero
- **CUOCO** età 37 esp. 20 - ingl., ted. e spagn. - per nord Italia
- **CUOCO** età 35 esp. 18 (9 in proprio) - per nord Italia
- **CUOCO CAPO PARTITA** età 25 esp. 10 - ingl. - per estero
- **CUOCO CAPO PARTITA** età 23 esp. 2 + 3 stagioni - sc.alberg. - per Italia
- **CUOCO CHEF** età 58 esp. 42 - per Italia
- **CUOCO CHEF** età 35 esp. 20 - sc.alberg. - per Italia/estero
- **CUOCO CHEF** età 48 esp. 30 - spec. pesce e sculture - per Italia/estero
- **CUOCO CHEF EXECUTIVE** età 44 esp. 24 - ingl. discreto - per Italia/estero
- **CUOCO CHEF II° livello** età 43 esp. 20 - sc.alberg. - ingl. scol. - per Italia/estero
- **CUOCO UNICO** età 45 esp. 25 - per Italia
- **CUOCO/PIZZAIOLO** età 23 esp. 4 - ingl. scol. - per Italia/estero
- **CUOCO/PIZZAIOLO** età 41 esp. 20 - sc.alberg. - per Italia/estero
- **CUOCO/PIZZAIOLO** età 36 esp. 12/5 - sc.alberg. - per centro/nord Italia
- **CUOCO/PIZZAIOLO** età 40 esp. 25 - per Italia/estero
- **DIRETTORE/MAITRE** età 54 esp. 25 - ingl. e arabo ottimo, franc. buono - per Italia/estero
- **DIRETTORE/MAITRE** età 54 esp. 25 - ingl. ottimo e franc. buono - per Italia/estero
- **DIRETTORE/MAITRE** età 32 esp. 14 - sc.alberg. - ingl. e franc. buono e ted. di serviz. - per Italia/estero
- **F&B** età 36 esp. 13 - laurea economia serv. turist. - per Italia
- **GELATAIO** età 60 esp. 25 - spagn. madrelingua - per Italia/estero
- **II° CUOCO** età 31 esp. 6 + 6 stagioni - sc.alberg. - per Italia/estero
- **II° MAITRE** età esp. - ingl., spagn. e portoghese - per Italia
- **II° MAITRE/CAMERIERE** età 38 esp. 20 - sc.alberg. - ingl. ottimo e franc. buono - per Italia
- **MAITRE D'HOTEL/F&B** età 44 esp. 26 - sc.alberg. - ted., franc. e ingl. - per Italia
- **MAITRE/CAMERIERE CHEF DE RANG** età 53 esp. 30 - sc.alberg. - ingl.,franc. e ted. - per Italia/estero
- **PASTICCIERE/GELATAIO** età 48 esp. 30 - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 27 esp. 7 - sc.alberg. - ingl. scol. - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 39 esp. 10 - ingl. buono - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 40 esp. 20 - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 33 esp. 15 - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 35 esp. 20 - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 28 esp. 11 - ingl. - per estero
- **PIZZAIOLO** età 28 esp. 13 - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO** età 41 esp. 20 - ingl. medio - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO/CAMERIERE** età 45 esp. 30 - ted. e spagn. - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO/CAMERIERE** età 37 esp. 13 - franc. e ingl. buono - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO/CUOCO** età 32 esp. 15 - arabo e franc. - per Italia/estero
- **PIZZAIOLO/CUOCO** età 45 esp. 22 - per Italia/estero
- **PORTIERE** età 30 esp. 10 - franc. e ingl. - per estero

Offerte Attività

- **RIST.** in VALLE D'AOSTA in vendita – attività di livello costituita da 2 sale di 130 mq. e sito in un locale storico in centro - sale e bagni ristrutturati nel 2002 - Posti: 30
- **BAR** in LOMBARDIA in vendita - locale situato su strada di paese di forte passaggio ed è composto da 40 mq. - Posti:15
- **LOCALE** di 800 mq. disposto su 2 piani, ampie vetrate e molto in vista adatto a ristorazione su strada statale Mi/Lc
- **COMPLESSO** immobiliare in LOMBARDIA in vendita (frazionabile) - ottimo affare adatto a qualsiasi soluzione ricettiva/ ristorativa composto da mq. 2500 su Strada Statale Mi/Lc a 30 km da Mi/Lc/Bg/Co
- **GELATERIA** d'asporto con laboratorio in LOMBARDIA in vendita - attività in prossimità del centro paese con ampio parcheggio esterno e mercato settimanale
- **BAR-TAVOLA CALDA** in EMILIA ROMAGNA in vendita o in aff.con opz. d'acquisto - attività di 1° categoria sita in centro e composta da mq. 220 e mq. 60 est. - Posti: 160
- **HOTEL***-RIST.** in ABRUZZO in vendita - ottimo affare - attività annuale con 44 camere più 2 stanze per disabili - impianto di condizionamento nuovo e camere nuove
- **HOTEL***-RIST.-BAR** in TRENTINO in vendita - attività storica sita in zona di passaggio - 26 camere con 50 posti letto - 2 stabili attigui di cui uno dedicato ad albergo e ristorante e l'altro adibito ad enoteca di nuova realizzazione e 3 appartamenti a rustico di circa 100 mq. - mq. 2000 int. + mq. 1000 est. - Posti: 120
- **BAR-GELAT.-PASTIC.-RIST.-PIZZ.** in CALABRIA in vendita - attività sita in centro città con ampio parcheggio - immobile di mq. 280 int. e mq. 25 est. - Posti: 70

Ricerche Attività

- **B&B-AFFITTACAMERE** in acquisto in centro tutta Italia
- **B&B-AGRITURISMO-BAR-PUB-RIST.** in gestione o in aff. con opz. d'acq. nel nord Italia
- **B&B-BAR-WINEBAR-PUB** in gestione o in aff. con opz. d'acq. in centro Italia e all'estero
- **BAR** in acquisto, gestione o aff. con opz. d'acq. in zona Pavia
- **BAR o LOCATION** in acquisto nel raggio di 20 km da Trezzano Rosa in zona di passaggio
- **LOCALE** adatto a pubblico esercizio per 50/60 coperti in affitto nel raggio di 10 Km da Carate Brianza
- **PIZZERIA-BAR-PUB** in gestione in Jamaica
- **PIZZERIA-BAR-TABACCHI** in aff. con opz. d'acq. in centro Italia
- **RIST.-BAR-ALBERGO-AGRIT.-CAMPING** in gestione o aff. con opz. d'acq. in Italia in località turistica annuale o stagionale
- **RIST.-PIZZ.-BAR-TAVOLA CALDA** in gestione o in aff. con opz. d'acq. in Italia e in Germania
- **RISTORANTE** in acquisto nel nord Italia
- **RISTORANTE** in acquisto a Siviglia in zona di forte passaggio



Caseificio Sociale di Valle Camonica e del Sebino

Punti vendita

CAPODIPONTE
Via Briscioli, 40
Tel. 0364.42173

EDOLO
Via Porro, 3
Tel. 0364.72581

ISEO
Via Roma, 92
Tel. 030.9822508

PISOGNE
Piazza Umberto I°, 4
Tel. 0364.880299



Prodotti solo con latte di montagna

Prodotti tipici della Valle Camonica

www.cissva.it

Un valore da portare in tavola

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
BRESCIA

Il Marchio di Qualità della Ristorazione Bresciana è un riconoscimento certificato dalla Camera di Commercio di Brescia attribuito a tutti i ristoratori della provincia che sappiano offrire ai clienti un servizio accurato e una cucina tradizionale fatta con i prodotti del territorio.

A livello nazionale, il Marchio di Qualità della Ristorazione Bresciana si colloca all'interno dell'iniziativa ideata e promossa da ISNART volta a certificare la qualità dei ristoranti italiani riconosciuta dal marchio "Ospitalità italiana".

In collaborazione con:

ISNART

ASCOM

ISFOR 2000

Ristoranti bresciani che hanno ottenuto il marchio di qualità

Trattoria La Curt - Artogne
Ristorante La Niga - Azzano Mella
Ristorante Al Poggio Verde - Barghe
Ristorante Girelli - Barghe
Trattoria Al Mulino - Bedizzole
Hostaria Vecchia Fontana - Bienno
Locanda Del Vegnot - Borgo San Giacomo
Ristorante Venturelli - Borno
Trattoria Eva - Botticino
Trattoria La Mela - Botticino
Ristorante Cà Bianca - Breno
Ristorante Pizzeria Bar Giardino - Breno
Al Vecchio Botticino - Brescia
Antica Trattoria Cà Noa - Brescia
Antica Trattoria Valle Bresciana - Brescia
Hosteria di S. Eufemia - Brescia
La sosta - Brescia
La Trattoria 1960 - Brescia
Osteria al Bianchi - Brescia
Osteria la Grotta - Brescia
Pizzeria Cà Noa - Brescia
Pizzeria Il Piacere - Brescia
Ristorante Scarlatto - Brescia
Trattoria Cantinaccia - Brescia
Trattoria Il Labirinto - Brescia
Trattoria l'Artigliere - Brescia
Trattoria La Tana del Luf - Brescia
Trattoria Nuovo Nando - Brescia
Ristorante La Dolce Vita - Calcinato
Ristorante Conte Covati - Castelcovati
Trattoria Lambich - Ceto Loc. Nadro
Bistrot della Filanda - Chiari
Trattoria al Porto - Clusane sul Lago
Santa Giulia - Corte Franca
Albergo Aprica - Darfo Boario Terme
Ristorante Albergo Diana - Darfo Boario Terme
Ristorante La Storia - Darfo Boario Terme
Ristorante Sloppy Joe - Darfo Boario Terme
Ristorante Pizzeria La Svolta - Darfo B. T.
Ristorante Capuzza - Desenzano d/G
Ristorante La Contrada - Desenzano d/G
Hostaria "La corte di Bacco" - Edolo
Ristorante Pio Nono - Erbusco
Ristorante Rosso di Sera - Esine
Trattoria Figaro - Esine
Trattoria La Cantina - Esine
Ristorante Portichetto - Flero
Grand Hotel Fasano - Gardone Riviera
Hotel Savoy—Ristorante Angelo Landi - Gardone Riviera
Trattoria agli Angeli - Gardone Riviera
Tratt. Belvedere "Da Marietta" - Gardone Riviera
Ristorante Allo Scoglio - Gargnano
Trattoria Alle Trote - Gavardo
Osterie Fuoriporta del Don Chisciotte -Gianico
Osteria dell'Angelo - Gussago
Ristorante Alpino - Idro
Osteria Ai Nidri - Iseo
Ristorante Antico Eden - Iseo
Casa Esenta - Lonato del Garda
Trattoria Da Oscar - Lonato del Garda
Manerba Brewery - Manerba del Garda
Al Porto - Moniga del Garda
Hostaria Uva Rara - Monticelli Brusati
Hosteria la Bottega dei Sapori - Montichiari
Ristorante Corte Francesco - Montichiari
Ristorante Giardino - Paderno F/C
Osteria della Villetta - Palazzolo sull'Oglio
Ristorante La corte - Palazzolo sull'Oglio
Ristorante Miravalle - Piancogno
Osteria Mapi - Bisogne
Al Rustico da Bena - Polpenazze
Taverna Picedo - Polpenazze Loc. Picedo
Ristorante Pizzeria "Il Ceppo" - Ponte di Legno
Ristorante San Marco - Ponte di Legno
Sporting Club - Ponte di Legno
Hostaria 1735 - Rezzato
Trattoria Alpino "Da Rosa" - Rezzato
Trattoria Il Casolare - Rodengo Saiano
Trattoria Conti - Roncadelle
Ristorante Il Forchettone - S.Zeno Naviglio
L'Uliveto di Villa Kinzica - Sale Marasino
Ristorante della Corona - Sale Marasino
Antica Cascina San Zago - Salò
Osteria di Mezzo - Salò
Ristorante Rosa - Salò
Ristorante La Veranda - Salò Loc. Barbarano
Trattoria Castello - Serle
Hotel Pace - Sirmione
Ristorante Antica Contrada - Sirmione
Ristorante Il Girasole - Sirmione
Ristorante La Darsena - Sirmione
Trattoria Al Pozzo - Sirmione
Trattoria La Speranzina - Sirmione
Ristorante Villa Aurora - Soiano del Lago
Ristorante Al Monastero - Soiano del Lago
Ristorante Il Moro - Toscolano Maderno
Hotel Ristorante Belvedere - Toscolano Maderno
Hotel Ristorante Centrale - Vestone
Trattoria Cavallino - Vione Loc. Canè
Antica Valeriana - Zone

Per informazioni è possibile rivolgersi a: Camera di Commercio di Brescia—Ufficio Affari Generali—via Einaudi, 23—Brescia
tel.: 030 3725317 - Sito internet: www.bs.camcom.it


BOSAN
Amarone della Valpolicella
AMARONE BOSAN 2001
"GRAN MEDAGLIA D'ORO"
E PREMIO SPECIALE
"MIGLIOR VINO VENETO-TRENTINO-EMILIANO"
VINITALY 2008
AMARONE BOSAN 2001
"MIGLIOR VINO ROSSO D'EUROPA"
MUNDUS VINI 2008
La qualità vuol dire tante cose. È rispetto, devozione per le antiche tradizioni, ma anche instancabile ricerca del meglio. È cura meticolosa di ogni dettaglio, in ogni momento della produzione, ma è anche una forza in grado di imporsi sui mercati di tutto il mondo. È poi carattere, è arte del bere, è musica di colori, di sapori, di aromi. È cultura della pazienza.
BOSAN
AMARONE DELLA VALPOLICELLA
DENOMINAZIONE DI ORIGINE
CONTROLLATA
CESARI
CAVAION VERONESE
CESARI
www.cesariverona.it
Siamo Presenti a Vinitaly - Pad.5 Stand F5